

PCT/KR 2004 / 001440

RO/KR 21.06.2004

REC'D 06 JUL 2004

WIPO

PCT



별첨 사본은 아래 출원의 원본과 동일함을 증명함.

This is to certify that the following application annexed hereto is a true copy from the records of the Korean Intellectual Property Office.

출원 번호 : 10-2003-0039215
Application Number

출원 년 월 일 : 2003년 06월 17일
Date of Application JUN 17, 2003

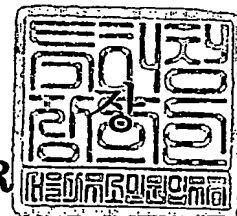
출원인 : 김성수
Applicant(s) Kim seong su



2004 년 06 월 16 일

특 허 청

COMMISSIONER



PRIORITY DOCUMENT
SUBMITTED OR TRANSMITTED IN
COMPLIANCE WITH
RULE 17.1(a) OR (b)

【서지사항】

【서류명】	특허출원서
【권리구분】	특허
【수신처】	특허청장
【참조번호】	0001
【제출일자】	2003.06.17
【국제특허분류】	G06F
【발명의 명칭】	판매되지 않은 소멸성 재화의 판매를 위한 일방시한쿠폰 운용방법
【발명의 영문명칭】	one-way sending time expiring coupon operating method for sale of unsold perishable resources
【출원인】	
【성명】	김성수
【출원인코드】	4-2003-023057-3
【대리인】	
【성명】	황이남
【대리인코드】	9-1998-000610-1
【포괄위임등록번호】	2003-041808-3
【발명자】	
【성명의 국문표기】	김성수
【성명의 영문표기】	KIM, Seong-Su
【주민등록번호】	690419-1144128
【우편번호】	110-510
【주소】	서울특별시 종로구 동숭동 201-39 402호
【국적】	KR
【심사청구】	청구
【취지】	특허법 제42조의 규정에 의한 출원, 특허법 제60조의 규정에 의한 출원심사를 청구합니다. 대리인 황이남 (인)
【수수료】	
【기본출원료】	20 면 29,000 원
【가산출원료】	50 면 50,000 원
【우선권주장료】	0 건 0 원
【심사청구료】	19 항 717,000 원

10-0039215

출력 일자: 2004/6/17

【합계】	796,000 원
【감면사유】	개인 (70%감면)
【감면후 수수료】	238,800 원
【첨부서류】	1. 요약서·명세서(도면)_1통

【요약서】

【요약】

본 발명은 시간이 지남에 따라 가치가 줄어들거나 사라지게 되는 과일이나 의류 등의 1,2차 업 재화나, 일단 생산되면 저장해둘 수 없다는 소멸성이라는 기본 특징을 지니고 있는 용역(서비스)중에서도 효용 제공 일정과 생산량이 거의 고정되어 있는 용역인 영화나 공연, 스포츠 경기 그리고 숙박업소 객실 및 항공권 등(이하 통틀어 소멸성 재화(perishable resource, perishable asset)라 일컫는다. 근대 경제학에서는 재화(goods)와 용역(service)을 통틀어 재화(상품)라고도 하며, 이하 '재화'로 통일하여 표기하고 용역이 단독으로 쓰이면 서비스만을 의미한다.)을, 그 가치가 소멸되기 전에 구매 가능한 상황인 사람들에게 전자우편이나 이동 전화망 등의 통신 수단을 이용해 일정 시간까지만 사용할 수 있는 쿠폰을 수신자의 요청에 의해서가 아니라 쿠폰 사업자에게 선택된 회원에게만 일방적으로 전송해주어, 상기 쿠폰을 받은 사람만이 유, 무선 인터넷이나 오프라인 매장을 통해 제한된 시간 내에서만 구매를 할 수 있도록 하는 방법에 관한 것이다.

본 발명은 팔리지 않은 소멸성 재화의 잔여량을 폐기해야 했던 재화 공급자에게는 잔여 재화의 폐기량을 줄이고 판매량을 늘려 추가 수익을 주며 소비자에게는 할인된 가격에 재화를 공급해주어 생산자와 소비자 모두에게 이익을 주며, 소멸되어 버릴 재화의 가치를 살려내어 소비되도록 해주기 때문에 전체 경제 규모를 증대 시켜 주는 장점이 있다.

【대표도】

도 1

10  039215

출력 일자: 2004/6/17

【색인어】

쿠폰, 일방 시한 쿠폰, 소멸성 재화, 무선 인터넷, 고객관계관리(CRM), 티켓 예매, 단문 문자 메시지 서비스(SMS), 멀티미디어 메시지 서비스(MMS), 떨어, 할인 판매, 콜 백 URL(Call Back URL)

【명세서】

【발명의 명칭】

판매되지 않은 소멸성 재화의 판매를 위한 일방시한쿠폰 운용방법{one-way sending time expiring coupon operating method for sale of unsold perishable resources}

【도면의 간단한 설명】

도면 1은 본 발명의 일 실시예에 따른 일방시한쿠폰이 온라인 판매에 이용되는 경우의 일방시한쿠폰 시스템의 전체 구성도이다.

도면 2는 본 발명의 일 실시예에 따른 일방시한쿠폰이 오프라인 판매에 이용되는 경우의 일방시한쿠폰 시스템 전체 구성도이다.

도면 3은 본 발명의 일 실시예에 따른 일방시한쿠폰 서버의 구성도이다.

도면 4는 본 발명의 일 실시예에 따른 일방시한쿠폰 처리 과정을 나타내는 플로우차트(점선으로 표시된 부분은 고객에 의해 이루어지는 부분)이다.

도면 5는 본 발명의 일 실시예에 따른 온라인에서 상품을 구매하여 다른 사람에게 주는 과정을 나타내는 플로우차트이다.

도 6은 본 발명의 일 실시예에 따른 회원이 친구를 회원에 가입하도록 추천하는 과정을 나타내는 플로우차트이다.

도면 7은 본 발명의 일 실시예에 따른 상품일정 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 8은 본 발명의 일 실시예에 따른 상품종류 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 9는 본 발명의 일 실시예에 따른 발송계획 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 10은 본 발명의 일 실시예에 따른 판매율이력 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 11은 본 발명의 일 실시예에 따른 판매율예측 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 12는 본 발명의 일 실시예에 따른 회원 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 13은 본 발명의 일 실시예에 따른 회원별 구매가능조건 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 14는 본 발명의 일 실시예에 따른 회원별 발송량 및 판매량 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 15는 본 발명의 일 실시예에 따른 회원별 발송빈도 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 16은 본 발명의 일 실시예에 따른 매장위치별 발송대상지역 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 17은 본 발명의 일 실시예에 따른 고객군별 발송량할당을 및 판매량 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 18은 본 발명의 일 실시예에 따른 발송 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 19는 본 발명의 일 실시예에 따른 판매 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 20은 본 발명의 일 실시예에 따른 메시지 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 21은 본 발명의 일 실시예에 따른 발송계획별 판매량 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 22는 본 발명의 일 실시예에 따른 시스템 변수 데이터베이스에 대한 견본 테이블이다.

도면 23은 본 발명의 일 실시예에 따른 판매가용량에 대한 판매량 비율의 변화를 예시한 도표이다.

{도면의 주요부분에 대한 부호의 설명}

100, 200: 일방시한쿠폰서버	110 : 모바일광고업체서버
120 : 이동통신망 서버	130 : 고객의 이동전화
140 : 고객의 컴퓨터	150 : 고객
160 : 매장단말기	170 : 판매 전산망 서버
190 : 회원정보공유 제휴업체 서버	210 : 중앙처리장치(CPU)
220 : RAM	230 : ROM
240 : CLOCK	250 : 통신포트
260 : 데이터베이스	

【발명의 상세한 설명】

【발명의 목적】

【발명이 속하는 기술분야 및 그 분야의 종래기술】

본 발명은 일종의 할인 판매방법에 관한 것으로써 판매를 촉진시키기 위해 일방시한 쿠폰을 운용하는 방법에 관한 것이다.

- <34> 종래에도 시간이 지남에 따라 가치가 급격히 소멸되는 소멸성 재화들을 판매하는 방법은 오프라인상의 방법과 온라인상의 방법 몇 가지가 있다.
- <35> 먼저 오프라인상에서의 소멸성 재화 판매 방법으로 가장 보편적으로 사용되는 방법은 과일매장에서 판매 마감시간인 하루해가 저물 무렵에 과일 가격을 대폭 할인하여 판매를 하는 방법이다. 이는 일명 '떨이'라고 불리는 할인판매 방식이다. 이 '떨이'라고 불리는 할인 판매 방식은 지금까지는 매장 내에서의 방송이나 육성정도로 매장 내의 고객에게 공지하거나 입 소문 혹은 전단지 등의 광고를 통해서만 이루어져 왔다. 이런 방법들도 대부분 야채나 과일 등의 시간이 지나면 신선도가 떨어지는 농수산물의 판매에만 제한적으로 적용되어 왔고, 서비스 상품에는 적용되지 못했으며, 소비자에게 떨이 판매 사실을 알리는데 수단과 거리에 크게 제한을 받는 등 지리적 한계가 있는 실정이다.
- <36> 오프라인상의 소멸성 재화 판매 방법 중에 두 번째로 의류의 판매에 쓰이는 방법이 있다. 의류는 판매 시즌이 지나게 되면 패션 상품이라는 특성 상 그 가치가 급격히 떨어져서 의류 전문 할인 매장에서 팔리는 신세가 된다. 그래서 브랜드마다 소위 이코노샵이라고 불리는 할인 판매망을 가지고 있거나 일명 '땡처리' 업자라고 불리는 사람들이 여러 브랜드들을 모아서 임시 매장에서 할인 행사를 하면서 파는 방식으로 처리가 되고 있는 실정이다. 땡처리 단계까지 가게 되면 의류의 가격은 한 벌 당 가격이 매겨 지는 것이 아니고 무게로 달아서 아주 저가에 팔리게 되기 때문에 의류의 재고는 의류의 원가를 향상 시켜 의류 업계에 큰 문제로 남아 있다. 그러한 문제를 해결하는 방법으로 판매시점관리(POS) 시스템을 이용한 주문형 생산관리로 재고의 최소화로 수익성을 높여 업계를 선도하는 업체도 있으나 회사 전체적인 혁신이 필요하기 때문에 일반화되지는 못했다.

<37> 오프라인에서 이루어지는 소멸성 재화의 판매방식 이외에 온라인에서 소멸성 재화의 판매가 이루어진 사례로 미국의 프라이스라인 사에 의해 구현되고 서비스되고 있는 역경매라는 방식의 서비스가 있다. 역경매에서 다루는 재화가 바로 소멸성 재화들 중에 서비스 일정과 생산량이 고정된 항공권과 호텔 객실 등의 서비스이다. 이와 같은 재화들은 영화가 상영 시작시간이 티켓 판매 마감 시간인 것처럼 판매 마감시간과 서비스의 효용 제공 시기가 같기 때문에 농산품이나 공산품처럼 떨이로 팔면 소비자들이 서비스 제공 시기까지 기다렸다가 할인된 가격에 구매할 가능성이 훨씬 높기 때문에 떨이로 판매하기 어렵다.

<38> 본 발명의 일부인 휴대전화 기반의 인터넷을 통한 거래방법에 관한 기술 현황을 보면, 이동전화의 무선인터넷 브라우저를 통한 티켓 예매나 물품 거래는 기술적으로 가능한 현실이나 신용카드 번호를 일일이 입력하고 주민등록번호까지 입력해야 하는 등 구매절차가 복잡하거나 화면의 크기나 해상도가 개인용 컴퓨터에 비해 상당히 떨어지고 표현되는 색상의 수도 제한이 있는 등 인터페이스의 열악함으로 인한 상품 정보 제공의 미흡함과 휴대전화의 사용자가 이동 중에 구매를 하게 된다는 행태적 특성을 고려하지 못한 서비스로 인해 시장이 활성화되어 있지는 못하나, 직접 만져 보고 사지 않아도 상품의 질에 대한 걱정이 없고 결제 방식이 간편한 벨소리나 통화 대기음 다운로드 정도가 모바일 시장을 주도하고 있는 실정이며 칼라의 고해상도 휴대전화기가 게임 다운로드나 모바일 온라인 게임 서비스도 점차 시장을 확대해 가고 있다. 그러나, 이런 서비스만으로는 모바일 상거래를 활성화시키기에는 한계가 있다. 이에 반해 기존의 웹 기반의 인터넷 상거래는 오프라인 상거래에 비해 시간과 노력의 절약이라는 확실한 효용을 가지고 그 영역을 넓혀 가고 있는 반면 이동전화 기반의 인터넷 상거래는 웹 기반 인터넷 상거래에 비해 확실한 우위나 차별점을 찾지 못하고 벨소리나 통화 대기음, 게임 등의 제한적인 재화의 판매에만 적용되고 있는 현실이다.

<39> 현재 온라인 판매망이 어느 정도 구축되어 있는 재화로는 영화, 공연, 스포츠 경기, 항공기 티켓과 호텔, 콘도미니엄 객실 등이 있고 대형 할인점이나 일부 슈퍼마켓에는 식품류의 온라인 판매망도 갖추어져 있다. 다만 판매 마감시간 직전까지 실시간으로 구매와 취소는 일부 업체의 전산망에서만 제공하고 있다. 특히 영화나 공연 전산망의 경우 티켓링크는 50여 개 극장을 대상으로 상영 시간 20분전까지 실시간으로 예매가 되는 반면 저스트 커뮤니케이션이나 맥스무비에서 제공하는 예매 서비스는 일부 극장이 상영시작 3시간 30분전까지만 실시간 예매, 취소가 되고 있다. 구체적으로 온라인 영화나 공연의 티켓 판매 전산망 시장은 크게 두 가지 업체로 나뉘어 진다. 각 극장이나 공연장에 티켓 발권시스템을 구축해주고 이를 바탕으로 온라인 예매망 까지 갖춘 업체로 소위 극장전산망 업체라 불리는 업체들이 있고, 이 극장 전산망 업체에 연결하여 예매 서비스만을 하는 예매업체들이 있는데, 예매 업체들은 극장 전산망과 실시간으로 연결되어 있지 못한 경우가 많아서 상영 전날까지밖에 예매가 되지 않는 경우가 많고, 일부 예매 업체는 전산망 업체의 웹 화면을 자사의 화면에 끼워 넣는 방식으로 실시간 예매 서비스를 하고 있기도 하다. 국내에 극장 전산망 업체로는 티켓링크를 운영하는 지구촌문화정보(주)와 맥스무비, 인터파크, 시네매드, 저스트 커뮤니케이션, CJ 시스템즈 등의 업체가 있다. 상영 전날까지만 예매가 되는 예매 업체는 전산망업체로부터 미리 좌석을 할당받아서 정해진 한도 내에서만 예매 서비스를 하고 있으며 상영 전날 예매가 마감되면 판매 데이터를 집계하여 전산망 업체로 일괄 전송하여 처리하는 방식을 쓰고 있는 실정으로 극장 입장에서는 잔여 좌석의 처리에 유연하게 대처하지 못하는 현실이다.

10> 본 발명의 기반 기술중의 하나인 무선 인터넷 기술에 대해서 살펴보면, 이동전화의 무선 인터넷 브라우저를 통한 인터넷은 WAP이라는 프로토콜을 사용하고 개인용 컴퓨터에서는 HTTP라는 프로토콜을 쓰는데 WAP은 휴대전화기에서만 쓰이지만 HTTP는 통신망이 유선인지 무선랜 인

지 또는 이동통신망에 연결된 데이터 모뎀을 통해서 연결된 것 인지과 무관하게 쓰인다. 그러므로 무선 인터넷과 WAP을 동일시하는 것은 무리가 있고 사용되는 프로토콜에 따른 구분이 확실하다고 할 수 있다. 그리고 무선랜도 영역을 넓혀가면서 사용반경도 넓어지고 고속이동 시에도 끊김이 없이 접속할 수 있는 일명 휴대 인터넷이라고 불리는 서비스로 진화 중이다. 무선, 유선, 휴대 인터넷이 혼재하고 있는 것이다. 거기에 케이블 모뎀과 ADSL기술을 이용한 인터넷 접속 서비스는 초고속인터넷이란 용어로 불리우고 있으나 과연 그 초고속 인터넷의 속도가 현재의 데이터 전송기술 중에 최고의 속도라서 붙여진 이름이 아닌 것은 주지의 사실이다. 이처럼 인터넷 기술의 급격한 발달로 인해 각종 기술들이 난무하여 사람들이 용어를 정리하기도 전에 상용화되어 용어의 혼란이 가중되고 있는 것이 요즘의 현실이다.

<41> 따라서, 본 발명에서 기술되고 있는 이동전화망이나 전자메일을 통한 쿠폰 발송방법은 본 발명의 바람직한 일 실시예일 뿐이며, 이후 출현할 개인화 된 메시지 전달 방법은 본 발명에서 이용 가능하다.

<42> 휴대폰을 통한 광고 기술은 가입자의 현재 위치를 파악하는 기술 및 문자 메시지 발송 기술, 문자 메시지 내에 보낸 사람의 전화번호를 내장하여 문자 메시지를 받은 사람이 전화를 걸 수 있도록 해주는 콜 백(Call Back), 콜 백 URL(Call Back URL)을 문자 메시지에 포함하여 모바일 인터넷 페이지로 바로 넘어 갈 수 있도록 해주는 왓 푸시(WAP Push), 모바일 인터넷에 접속하여 다운로드 받는 그래픽으로 표현된 바코드를 이용한 모바일 쿠폰 등의 기술이 상용화되어 있으나 현재까지는 단순한 판촉 수단으로만 이용되고 있다. 그 중에서 실시간으로 가입자의 위치를 파악해서 문자 메시지 광고를 보내 주는 서비스는 이동통신사의 시스템에 부하

가 크게 걸려서 문자 메시지 한 통당 가격이, 기본 회원 정보에 의한 대상 추출로 문자 메시지를 발송 할 때 보다 6배에 이르고 대량 발송도 어렵기 때문에 판매하려는 재화의 가격이 낮은 영화나 공연물에서는 수익성을 기대 하기 어렵다.

<43> 위치 정보의 실시간 이용은 서비스의 쉼이 판매 구현에는 필수적인 요소가 아니며 부가적인 방법에 지나지 않는다. 향후 GPS를 이용한 가입자 위치 파악 시스템이 일반화되면 실시간 위치 정보를 이용한 문자 메시지의 발송 비용이 낮아 질 것이라고 전문가들은 예상하고 있으나 그렇게 되기 위해서는 대부분의 가입자 단말기의 업그레이드가 필수적인 상황이기 때문에 실현에는 다소 시일이 걸릴 것으로 예상된다.

<44> 쿠폰에 관한 미국의 특허 중에 인증번호를 이용한 쿠폰에 관한 것(미국특허 5,761,648 Interactive marketing network and process using electronic certificates)이 등록되어 있고 출원자가 사업을 진행하고 있다. 그러나 쿠폰을 원하는 사람은 누구나 쿠폰을 구할 수 있으며 쿠폰의 사용 기한은 있으나 쿠폰 사용에 시한은 별 의미가 없다. 또한 본 발명과 같은 새로운 거래 방식이 아닌 광고 방식의 하나로 사용 될 뿐이다. 또한, 인증번호를 이용하는 방식과 얻어지는 효용이 전혀 다른 형태를 띠고 있는 것이다.

<45> 이미 서비스 중인 휴대전화 기반의 모바일 쿠폰은 오프 라인 상에서 서비스되고 있는 쿠폰 서비스를 이동전화로 다운로드 받을 수 있도록 구현한 것으로 고객이 직접 무선인터넷 상의 쿠폰 사이트로 접속하여 바코드를 그래픽으로 구현한 쿠폰이나 디지털 카메라로 읽을 수 있는 이미지를 다운로드 받을 수 있도록 하거나

포함 문자 메시지 쿠폰을 요청하여 문자 메시지 내의 쿠폰 번호를 매장 직원에게 읽어주거나 보여주는 방식으로 결제하도록 하는 서비스로서 SK Telecom의 쿠팍(coupack)이라는 이름으로 서비스 중이다. 쿠팍은 포인트 적립 기능과 CRM(Customer Relationship Management)기능 등이 오프라인 쿠폰에 비해 차별화 되어 있으나 오프라인 쿠폰의 할인율을 크게 벗어나지 못하고 취급하는 재화 역시 오프라인 쿠폰과 동일한 것으로 1,2차 상품의 판촉에만 쓰이는 수단이다.

【발명이 이루고자 하는 기술적 과제】

46> 본 발명의 목적은 시간이 지남에 따라 가치가 줄어들거나 사라지게 되는 과일 등의 음식물이나 의류 등의 농수산물이나 공산품 등의 재화나, 일단 생산되면 저장해둘 수 없다는 소멸성이라는 기본 특징을 지니고 있는 용역(서비스)중에서도 실시 일정과 생산량이 고정되어 있는 서비스인 영화나 공연, 스포츠 경기 티켓 그리고 숙박업소의 객실 및 항공권 등을 판매하는 판매자는 해당 재화의 가치가 소멸되기 전에 판매를 하지 못하면 판매하지 못한 재화만큼의 손해를 입게 되고, 해당 재화의 가치가 소멸되기 직전에 가치가 떨어졌을 때에도 소비자들은 떨어진 가치에 걸맞은 저렴한 가격에 해당 재화를 구입하지 못하여 소비자들 역시 손해를 입는 문제를 해결하는 방법을 제공하는 데 있다.

17> 본 발명의 또 다른 목적은 기존의 방법으로는 불가능하였던 서비스의 떨이판매가 가능하게 하는 방법을 제공하는 데 있다.

18> 본 발명의 또 다른 목적은 휴대전화망의 메시지 전송 기술과 데이터베이스 기술을 이용한 일방시한쿠폰과 유, 무선 인터넷 및 매장에서 상기 일방시한쿠폰을 사용하여 구매를 할 수 있도록 해주는 시스템을 제공하는 데 있다.

- <49> 본 발명의 또 다른 목적은 발송량 대비 판매량을 높이는 방법을 제공하는데 있다.
- <50> 본 발명의 또 다른 목적은 해당 재화의 판매 전산망으로부터 실시간으로 해당 소멸성 재화의 판매 상황을 수집하여 그에 따른 쿠폰 발송 대상을 자동으로 선정하고 발송하여 판매로 이어지게 하며 판매 결과를 피드백 하여 대상 선정에 다시 반영하고 그 반영된 결과가 축적되어 하나의 지식을 이루는 지능적인 자기 학습형 마케팅 장치를 제공하는 데 있다.

【발명의 구성 및 작용】

- <51> 상기의 목적을 달성하기 위하여 일방시한쿠폰을 이용한 소멸성 재화의 판매방법은 판매하려는 재화의 정보를 업데이트 주기에 맞추어 판매 전산망 서버로부터 조회하고 상기 재화의 정보를 판매일정 데이터베이스에 저장하는 판매일정 업데이트 단계와, 쿠폰발송을 위한 발송조건과 발송정보 및 발송계획을 작성하고 저장하는 발송계획데이터베이스구축단계와, 과거의 판매율 정보를 수집하고 판매율 이력 데이터베이스에 저장하며, 상기 저장된 정보를 가공하여 판매율 예측정보를 생성하고 저장하는 판매율 예측 데이터베이스구축단계와, 손익계산에 의한 발송량을 제한하고 판매주기와 발송시간과 판매마감시간의 차이를 비교하여 쿠폰의 발송량을 결정하는 단계와, 상기 발송조건에 해당하는 회원데이터를 추출하고 저장하는 발송대상추출데이터베이스 구축단계와, 상기 추출된 회원데이터에 고유코드를 부여하고 상기 발송계획 데이터베이스에 선정되어 있는 메시지코드와 함께 저장하여 발송데이터베이스를 구축하고 쿠폰을 제작하는 단계와, 상기 제작된 쿠폰을 상기 추출된 회원에게 발송하는 단계와, 상기 쿠폰을 전송받은 회원이 판매시스템에 접속하고 회원인증을 하는 단계 및 상기 인증된 회원이 구매할 재화를 선택하고 구매의사를 전송하며 결제하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 한다.

- <52> 본 발명에서 발송조건은 재화에 종류에 따라 상품정보가 데이터베이스에 업데이트 되는 주기와 데이터베이스화되는 내용에 차이가 있는 것을 특징으로 한다.
- <53> 본 발명에서는 회원이 지정한 상기 일방시한쿠폰의 이용가능시간대와 위치정보를 저장하는 회원별 구매가능조건 설정 데이터베이스구축단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <54> 본 발명에서 손익계산에 의한 발송량 제한 과정은 현재 쿠폰을 발송하려는 상품을 판매하는 매장에서 판매하는 같은 상품 중에서 판매 마감시간이 지난 가장 최근의 상품일정에 대한 판매량을 발송량으로 나눈 값이, 손익분기점의 발송량 대비 판매량 비율 이하로 떨어지면 현재 쿠폰을 발송하려는 상품일정에 대한 발송량을 미리 정해놓은 최저치로 낮추거나 발송을 중지하는 것을 특징으로 한다.
- <55> 본 발명에서는 판매주기보다 발송시간과 판매마감시간의 차이가 작거나 비슷한 경우는 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 마감시간의 예상 잔여량 보다 같거나 크면 예상 잔여량이 판매 목표량이 되고, 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 예상 잔여량 보다 작으면 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 목표량이 되는 것을 특징으로 한다.
- <56> 본 발명에서는 판매주기보다 발송시간과 판매마감시간의 차이가 큰 경우는 선행 발송 시의 판매 마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 선행발송시의 판매 잔여량보다 같거나 크면 판매 잔여량이 판매 목표량이 되고, 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 잔여량 보다 작으면 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 목표량이 되는 것을 특징으로 한다.

- <57> 본 발명에서 발송량은 판매 목표량을 발송량 대비 판매량 비율로 나누어 계산되는 것을 특징으로 한다.
- <58> 본 발명에서 회원데이터를 추출하는 단계는 발송빈도 데이터베이스에서 재화의 종류별로 저장되어 있는 일정기간에 대한 회원별 쿠폰 발송 빈도를 조회하여 회원을 추출하는 단계와 회원별 구매가능조건 설정 데이터베이스를 검색하여 현재 발송대상으로 하고 있는 재화를 구매 가능한 회원만을 추출하는 단계와 매장지역별 발송대상지역데이터베이스와 회원정보데이터베이스를 검색하여 해당재화의 종류와 P시간 별로 해당 매장의 재화를 구매 가능한 지리적 위치에 있을 것으로 판단되는 회원을 추출하는 단계와 발송량이 할당된 고객군에 해당되는 회원을 발송량 만큼 회원 정보 데이터베이스에서 추출하는 단계 및 쿠폰발송 작업을 하지 않는 하루중의 유희시간대에 각 회원에 대한 최근 일년간의 판매량과 발송량을 판매 데이터베이스와 발송 데이터베이스에서 추출하여 판매개수를 합산하고 회원별 발송량 및 판매량 데이터 베이스에 저장하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <59> 본 발명에서 발송방법은 개인화된 메시지 전달 방법에 의하여 전송되는 것을 특징으로 한다.
- <60> 본 발명에서 개인화된 메시지 전달 방법은 모바일 광고업체 서버를 통한 발송과 자체 메시지 발송 서버를 통한 발송과 전자메일을 통한 발송 중에서 선택되는 어느 하나를 통하여 전송되는 것을 특징으로 한다.
- <61> 본 발명에서 대금 결제는 이동전화 요금에 합산하는 방법과 신용카드로 결제하는 방법과 전자화폐로 결제하는 방법과 포인트 적립 업체를 이용하는 방법 및 매장에서 현금으로 결제하는 방법중 선택되는 어느 한가지를 통하여 결제되는 것을 특징으로 한다.

- <62> 본 발명에서는 URL에 고유코드를 삽입하여 쿠폰 수신자가 쿠폰을 이용하여 판매 시스템에 접속할 때 자동으로 신원을 확인하여 로그인 하는 것을 특징으로 한다.
- <63> 본 발명에서는 쿠폰마다 각각 생성한 고유코드를 판매마감시간이나 대상 재화 등의 발송 정보와 함께 저장하고 쿠폰 수신자가 시스템에 접속 할 때 두 고유코드를 대조하여 쿠폰이 어떤 재화를 구매 가능한 것인지를 자동으로 판단할 수 있는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <64> 본 발명에서는 쿠폰에 삽입된 고유코드로 쿠폰 수신자의 정보를 추적하여 개인별 구매량과 고객군별 판매율 등을 파악 할 수 있도록 하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <65> 본 발명에서는 상품 목록을 표시할 때 쿠폰수신자의 주거지에 가까운 매장에서 파는 상품부터 먼저 표시해 주는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <66> 본 발명에서는 정상가격에 의해 판매될 분량은 남겨 놓은 채 팔리지 않을 것으로 예측되는 판매잔여량에 대해서만 판매를 하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <67> 본 발명에서는 쿠폰을 구입한 회원이 상기 구입한 쿠폰을 타인에게 전송하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <68> 본 발명에서는 상기 쿠폰을 받은 타인에게 회원가입여부를 확인한 후 회원가입이 되어 있지 않으면 회원가입을 권유하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <69> 본 발명에서는 일방시한쿠폰 서버에 접속한 회원에 의해 타인의 정보가 회원 데이터베이스에 저장되는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <70> 본 발명에서 구현하려는 장치인 시한 쿠폰 관리 시스템은 (i)비 발송 루틴(1100)과 (ii)발송 루틴(1200) 및 (iii)판매 루틴(1300)을 포함한다. 상기 발송 루틴(1200)은 각 상품일정에

대한 발송이 이루어질 때마다 실행되는 프로세스 이고, 상기 비 발송 루틴(1100)은 앞의 발송 루틴과 다른 실행 주기를 가지고 실시되는 루틴이다.

<71> 상기 비 발송 루틴(1100)은 각각 (i)하나의 상품일정에 따라 매장 별 판매 스케줄을 정기적으로 업데이트 하는 과정을 재화의 성격에 맞는 주기에 따라 실시하는 상품 정보 업데이트 프로세스(S1110)와 (ii)상품별로 다양한 발송 조건 및 고객군별 할당량 등을 관리자로부터 입력받아 발송 계획을 자동 생성하는 발송 계획 작성 프로세스(S1120)와 (iii)회원이 언제 어디에서 어떤 재화에 대한 쿠폰을 사용할 수 있는지를 입력/수정하는 회원별 구매가능조건 설정 프로세스(S1130)및 (iv)판매율 예측에 쓰이는 판매율 예측 데이터베이스를 만들기 위한 실제 데이터를 수집하고 분석하는 판매율 예측 데이터베이스 생성 프로세스(S1140)를 포함한다.

<72> 상기 발송 루틴(1200)은 (i)발송 계획 데이터베이스를 체크하여 쿠폰을 발송하는 프로세스를 자동으로 시작하게 하는 개시 프로세스(S1210)와 (ii)해당 재화의 특성과 선호도 그리고 발송 시간대 및 판매 목표량, 판매 마감 시간의 판매율 예측치 등의 고려 요건에 따라 쿠폰 발송량을 결정해주는 쿠폰 발송량 결정 프로세스(S1220)와 (iii)정해진 발송량과 할당량 및 회원의 회원별 구매가능조건 설정 및 발송 빈도 관리에 의해 회원명단에서 발송 대상자를 추출하거나, 발송할 자체 회원이 부족 할 때는 모바일 광고 대행사에 전송할 쿠폰 발송 대상 추출 조건을 작성하는 발송대상 추출 및 발송대상 추출조건 생성 프로세스(S1230)와 (iv)쿠폰을 받은 사람만이 일정 시간까지만 구매를 할 수 있도록 하며 각 재화 별 발송량 대비 판매율 및 고객군별 판매비율을 피드백 할 수 있도록 하며, 나중에 쿠폰을 받은 고객이 접속 할 때 두 개의 고유코드를 대조하여 판매 가능 여부를 판단 할 수 있도록 하기 위해 고유코드를 생성하여 각각의 쿠폰에 삽입하고 발송 데이터베이스(400)에 저장해두며 쿠폰의 내용을 결정 지어 주는 고유코드 부여 및 내용삽입 프로세스(S1240)와 (v)자체 회원이 부족할 때, 쿠폰 별 내용과 발송대

상 선정 조건을 모바일 광고업체로 발송하여 쿠폰 발송을 의뢰하는 프로세스(S1250) 및 (vi) 자체 회원 명단에서 추출한 회원을 대상으로 발송하는 쿠폰 자체 발송 프로세스(S1260)를 포함한다.

<73> 상기 판매 루틴(1300)은 WAP이나 HTTP등의 프로토콜을 통해서 해당 재화를 판매하는 과정을 처리해주는 시스템으로서, (i)판매 가능한 고객인지, 회원인지의 여부를 파악하여 판매프로세스(S1330)로 진행시키거나 로그인, 또는 회원가입을 받도록 하는 판매시스템 접속 프로세스(S1310)및 (ii)원하는 재화를 선택하고 구매 수량을 결정하며 결재를 하도록 해주는 판매 프로세스(S1330)를 포함한다.

<74> [용어 정의]

<75> 시한 쿠폰 서버(100): 본 발명을 구현한 시스템을 운용하는 서버 컴퓨터

<76> 모바일 광고업체 서버(110): 이동통신업체의 회원 정보를 이용해서 대상을 추출하여 문자 메시지 등의 이동통신망을 통한 통신 방법으로 광고 대행 서비스를 하는 모바일 마케팅 대행업체의 서버 컴퓨터이다. 예를 들어, SK텔레콤의 자회사인 에어크로스나 언와이어드 코리아 등의 회사가 모바일 마케팅 대행업체이다.

<77> 이동통신망 서버(120): 이동전화 업체의 회원 정보를 담고 있는 서버 컴퓨터로서 교환기의 역할을 하며 전국에 걸쳐 있는 기지국 및 유선 전화망과 인터넷 망, 타 이동전화업체 망과 연결되어 있다.

<78> 고객의 이동통신장비(130): 본 쿠폰을 수신하게 되는 고객이 사용하는 이동 전화 등의 기기로 무선 인터넷이 가능한 장비이다

- <79> 고객의 컴퓨터(140): 본 쿠폰을 수신하게 되는 고객이 사용하는 인터넷이 가능한 장비를 말하며, 웹 페이지에 접근이 가능한 컴퓨팅 기능이 가능한 모든 장비를 일컫는다.
- <80> 고객(150): 본 쿠폰을 수신하여 재화를 구매하는 행위의 주체이다.
- <81> 매장 단말기(160): 본 발명이 대상으로 하는 재화를 판매하는 매장에 위치한 POS단말기나 발권 단말기 등으로 판매전산망에 연결된 기기를 말한다. 재화의 판매자가 운영하고 있다.
- <82> 판매 전산망 서버(170): 본 발명이 대상으로 하는 재화에 대한 판매 전산망의 서버로써 온라인으로 재고량 조회 및 판매가 가능한 전산망의 데이터를 저장하고 있고 판매, 입고 출고 등을 관리하는 서버이다. 취급 재화가 영화 입장권이라면 극장 전산망 업체가 구축한 예매, 현매, 집계 가능한 전산망, 항공사의 온라인 예매망, 대형 할인점의 판매시점관리(POS)시스템 등의 서버가 해당된다. 영화처럼 재화의 직접적인 판매자가 아닌 판매전산망 만을 운영하는 업체가 있기도 하고 항공권처럼 판매자가 직접 운영하기도 한다.
- <83> 회원정보공유 제휴업체 서버(190): 자체 회원이 없을 때 쿠폰을 발송할 회원의 전화번호를 얻기 위해 제휴한 회사의 서버로 해당 업체의 회원 정보를 담고 있다.
- <84> 상품일정: 상품에 일정의 개념이 추가된 것으로 같은 제목의 영화라도 상영관이나 상영일시가 달라지면 다른 상품 일정이 되는 것으로 본 발명에서는 쿠폰 발송의 기본 단위이다.
- <85> P시간: 상품의 판매마감시간과 그 상품에 대한 일방시한쿠폰의 발송 시간과의 차이이다. 영화라면 상영시간과 본 쿠폰 발송 시간과의 차이가 되고 항공권이라면 출발시간과 본 쿠폰 발송 시간의 차이이다.

- <86> 발송량 대비 판매량: 일방시한쿠폰을 발송한 양에 비해 그 쿠폰을 이용해서 판매된 상품의 개수의 비율을 말하는 것으로 일방시한쿠폰 사업의 수익성의 지표로써 일정 수준 이하로 내려갈 때 신속한 조치가 이루어지지 않으면 손해를 보게 된다.
- <87> 이하 별도의 설명 없이 쿠폰이라고 지칭하는 것은 본 발명인 일방시한쿠폰을 말한다.
- <88> 이하 첨부한 도면을 참조하여 본 발명을 보다 상세하게 설명하고자 한다.
- <89> 도면 1은 본 발명의 일 실시예에 따른 일방시한쿠폰이 온라인 판매에 이용되는 경우의 일방시한쿠폰 시스템의 전체 구성도이다.
- <90> 상기 실시예에서, 일방시한쿠폰 시스템은 일방시한쿠폰 서버(100), 모바일광고업체 서버(110), 이동통신망 서버(120), 고객의 이동전화(130), 고객의 컴퓨터(140), 고객(150), 매장단말기(160), 판매전산망 서버(170), 회원정보공유제휴업체 서버(190)를 포함한다.
- <91> 도 1은 일방시한쿠폰의 발송과 판매가 온라인에서 이루어지는 흐름을 나타낸 것이다.
- <92> 도 1을 참조하면, 실선으로 표현된 것은 온라인상의 장치와 관계이고, 점선으로 표현된 부분은 본 발명의 범위에 포함되지 않는 오프라인상의 주체와 관계를 말한다.
- <93> 본 발명에서 쿠폰의 발송은 크게 (i)일방시한쿠폰 사업자가 자체적으로 보유한 회원에게 쿠폰을 발송하는 경우와 (ii)모바일 광고 업체에 의뢰하여 이동통신사의 회원을 대상으로 발송하는 경우와 (iii)기타 가입된 회원이 많은 신용 카드 업체나 인터넷 포탈 업체 등 제휴 회사의 회원을 대상으로 발송하는 타사 회원대상 발송의 세 가지 경우로 나눌 수 있다.
- <94> 본 발명으로 일방시한쿠폰 서비스 사업을 한다면 사업의 초기에는 회원이 없으므로 쿠폰을 발송할 대상의 이름도 전화번호도 모르는 상태이기 때문에 자체 회원이 확보되기 전까지는 비용을 지불하고 모바일 광고 업체에 발송을 의뢰하거나 카드회사나 이동통신업체, 대형 인터

넷 포탈 등 회원정보를 다수 보유한 업체와의 회원 정보 공유를 위한 제휴를 통해 발송하는 수밖에 없으며, 발송 비용을 줄이기 위해서는 자체 회원이 확보되는 대로 자체 회원에게도 발송을 해야 하기 때문에 본 발명이 사업화 되면 자체 회원 발송과 외부 회원을 이용한 발송은 동시에 쓰이게 될 가능성이 높기 때문에 두 가지 방법을 동시에 구현하는 것이 바람직하다.

95> 상술한 바와 같이 판매가 온라인에서 이루어지는 경우는 영화나 공연 티켓, 항공권 등의 3차 산업 재화의 판매에 적합한 방법으로써 개별 상품간의 품질의 차이가 거의 없을 것으로 기대되어 고객이 재화의 상태를 직접 확인하지 않고도 구매 할 수 있는 상품의 판매에 적합한 방법이다.

96> 도 1에서의 발송, 판매, 결제는 다음의 다양한 방법을 통해서 이루어질 수 있다.

97> 상기 쿠폰 발송 경로는 이동전화망을 이용한 (i)모바일 광고업체 서버를 통한 경로와 (ii)자체 메시지 발송 서버를 통한 경로 및 인터넷을 이용한 (iii)전자 메일을 통한 경로의 세 가지가 있다.

98> 상기 판매 경로도 (i)휴대전화기반 인터넷을 통한 판매 및 (i)일반 인터넷을 통한 판매의 두 가지 경로가 있다.

99> 상기 판매 대금 결제 경로는 (i)이동전화 요금에 합산하는 방법과 (ii)신용카드로 결제하는 경우와 (iii)전자화폐로 결제하는 경우와 (iv)포인트 적립 업체를 이용하는 경우 및 (v)매장에 도착해서 지불하는 경우 등이 있다.

10> 상기 이동전화망을 통한 쿠폰 발송 및 판매 과정을 보면, 우선 해당 재화의 판매 전산망 서버(170)로부터 재화의 수량 및 서비스 일정 등을 조회하여 발송량 및 대상, 메시지 등을 정하여 발송 조건을 작성하여 모바일 광고 회사의 모바일 광고업체 서버(110)로 전송하면 모바일

광고업체 서버(110)는 발송 조건에 맞는 대상을 추출하여 이동 전화망 서버를(120) 이용하여 쿠폰을 발송하고, 영화나 공연 등의 할인을 알리는 문자 메시지(SMS: Short Message Service)나 멀티미디어 메시지(MMS: Multimedia Message Service) 형태의 쿠폰을 수신한 고객(150)은 콜 백 URL(call back URL)을 통해 간단히 접속 버튼만 누름으로써 이동 통신망을 통해 본 시한 쿠폰 서버(100)에 접속할 수 있으며, 휴대전화 기반 인터넷으로 구현된 화면을 통해서 원하는 재화를 구매 할 수 있고, 이 때의 대금 결제 방법은 상술한 방법들에 의해 이루어진다.

101> 이 때 쿠폰을 받은 고객이 무선인터넷 접속 요금에 부담을 느끼거나 무선 인터넷 사용에 익숙하지 않아서 개인용 컴퓨터를 통해서 구매를 하고 싶다면 쿠폰 메시지에 표시된 접속고유 코드를 개인용 컴퓨터(140)에 키보드를 이용해 입력하면 판매 대상인증이 이루어져 구매가 가능하게 된다. 이 때의 결제 또한 상기한 결제 방법에 의해 이루어진다.

102> 상기 전자메일을 통한 일방시한쿠폰 발송과정을 보면, 일방시한쿠폰 서버는 회원데이터 베이스를 검색하고 해당되는 회원에게 인터넷을 이용하여 전자메일을 전송한다. 상기 전자메일에는 접속을 위한 주소와 상기 주소정보와 함께 고유번호가 전송된다. 상기 전자메일을 수신한 회원 중 구매를 원하는 회원은 해당 주소로 접속하게 된다. 이후의 접속과정이나 판매과정은 상술한바와 동일하다.

103> 상기 결제가 이루어지면 일방시한쿠폰 서버(100)는 구매자와 판매 개수, 대금 결제 여부 등의 판매 결과를 판매 전산망 서버(170)에 전송하며 저장하도록 한다. 재화를 구매한 고객이 매장에 도착하여 상품을 요구하면 매장 직원은 고객의 주민등록번호를 매장 터미널에 입력하여 해당 고객의 구매 결과를 조회하여 구매자와 일치 할 경우, 대금 결제 여부를 확인하여 결제가 완료되었으면 상품을 지급하고 아직 결제하지 않았으면 결제 후 지급한다.

- 104> 상기 결제가 신용카드를 통해서 이루어지면 결제정보를 신용카드사로 전송하고 휴대전화 요금에 합산되는 방식으로 결제가 되면 이동통신 회사에 결제정보를 전송하면 각 업체들은 고객에게 대금을 청구하게 된다. 판매 대금은 일방시한쿠폰 사업자와 판매자가 합의한 비율에 따라 나누어 가지게 되고 판매 전산망 사업자가 별도로 있을 경우에는 판매전산망 이용 수수료를 지급한다.
- 105> 도면 2는 본 발명의 일 실시예에 따른 일방시한쿠폰이 오프라인 판매에 이용되는 경우의 일방시한쿠폰 시스템 전체 구성도이다.
- 106> 상기 실시예에서, 일방시한쿠폰 시스템은 일방시한쿠폰 서버(200), 모바일광고업체 서버(110), 이동통신망 서버(120), 고객의 이동전화(130), 고객의 컴퓨터(140), 고객(150), 매장단말기(160), 판매전산망 서버(170), 회원정보공유제휴업체 서버(190)를 포함한다.
- 107> 상기 실시예는 쿠폰을 이용한 판매가 오프라인에서 이루어지는 경우를 나타낸 것이다.
- 108> 도 2를 참조하면, 본 발명의 구성도로써 주로 다루게 될 재화는 1,2차 산업 생산품으로서 개별 상품간의 품질의 차이가 상당하기 때문에 고객이 직접 눈으로 확인한 후에 구매를 결정하고 싶어하는 상품의 판매에 주로 쓰이게 되는 방법이다. 서비스 업체의 브랜드 인지도가 떨어질 때는 3차 산업 상품도 오프라인 판매 방식이 필요 할 때도 있다.
- 09> 도 2의 경우도 쿠폰의 발송 과정은 도 1의 경우와 같지만 고객이 매장에 도착한 후에 판매가 이루어진다는 점이 다르다. 도 1의 경우는 쿠폰을 이용한 판매가 고객의 이동 전화기나 컴퓨터와 시한 쿠폰 서버 사이의 온라인에서 모두 이루어지지만, 도 2의 경우는 휴대전화로 수신한 쿠폰의 고유코드를 매장 직원에게 말로 불러주거나 바코드, 적외선, RF통신 등을 이용해서 매장 단말기에 전달하는 오프라인 과정을 포함하여 판매 프로세스가 이루어진다.

- 110> 상기와 같은 구성에 의해서 쿠폰이 오프라인 판매에 쓰이는 방법은 1,2차 산업 재화를 대상으로 주로 사용되며, 쿠폰이 온라인 판매에 쓰이는 방법은 3차 산업 재화를 대상으로 주로 사용되는 것이 바람직하다. 상기 두 가지 구성은 설명의 편의를 위하여 나누어 놓은 것으로써 실제 본 발명의 구현 시에는 상황에 따라 한 시스템 안에 두 가지 경우를 같이 구현 할 수도 있고 둘 중 한가지만 구현 할 수도 있다.
- 111> 도면 3은 본 발명의 일 실시예에 따른 일방시한쿠폰 서버(200)의 구성도이다.
- 112> 상기 실시예에서, 일방시한쿠폰서버는 기억장치(220, 230), 중앙처리장치(210), 클럭(240), 통신포트(250), 데이터베이스(260)를 포함한다.
- 113> 상기 실시예는 일방시한쿠폰서버의 저장장치에 데이터베이스화되는 자료의 상태를 나타낸 것이다.
- 114> 도 3을 참조하면, 본 시스템의 하드웨어 적인 구성은 당업자라면 용이하게 실시할 수 있으므로 그 구체적인 설명은 생략하고, 저장장치에 포함되어 있는 데이터베이스에 대해서는 후술한다.
- 115> 도 4는 본 발명의 일 실시예에 따른 일방시한쿠폰 처리 과정을 나타내는 플로우차트(점선으로 표시된 부분은 고객에 의해 이루어지는 부분)이다.
- 116> 상기 실시예에서, 일방시한쿠폰 처리단계는 판매 일정 업데이트 프로세스(S1110), 발송 계획 작성 프로세스(S1120), 회원별 구매가능조건 설정 프로세스(S1130), 판매율 예측 데이터베이스 생성 프로세스(S1140), 발송 프로세스 개시 프로세스(S1210), 쿠폰 발송량 결정 프로세스(S1220), 쿠폰 발송 대상 추출 조건 작성 및 발송 대상 추출 프로세스(S1230), 고유코드 부



여 및 내용 삽입 프로세스(S1240), 모바일 광고사로의 쿠폰 발송 의뢰 프로세스(S1250), 자체 발송 프로세스(S1260), 판매 시스템 접속 프로세스(S1310), 판매 프로세스(S1330)를 포함한다.

117> 상기 실시예는 하나의 재화에 대해 일방시한쿠폰을 발송하는 과정을 나타낸 것이다.

118> 도 4를 참조하면 판매 일정 업데이트 프로세스(S1110)는 시스템은 판매하려는 재화의 이름과 판매개시 일시 및 마감일시 등의 일정과 매장명을 재화의 종류별로 알맞은 업데이트 주기에 맞추어 판매 전산망 서버로부터 조회하여 판매일정 데이터베이스(300)에 저장하는 단계이다.

119> 예를 들어 영화의 경우는 매일 아침 영화가 시작되기 전에 티켓 전산망으로부터 모든 대상 상영관의 상영일정을 조회하여 최신 일정으로 데이터베이스를 업데이트 한다.

120> 발송 계획 작성 프로세스(S1120)는 시한 쿠폰 관리 시스템의 운영자가 다음의 조건을 입력/수정한 후 시스템이 자동으로 발송 계획 데이터베이스(400)를 작성하는 단계이다.

121> 영화의 경우는 일반적으로 하나의 영화가 시작하기 전에는 발송조건을 일괄 입력할 필요가 있으며, 각 재화의 종류별로 입력주기와 내용에 차이가 있다. 상기 입력내용은 a. 각 재화 및 재화의 종류 별 쿠폰 발송 방법(문자 메시지, 전자 메일 등의 방법 선택)과 b. 구매 상품을 특정 상품으로 한정 지을 것인가 아니면 다른 상품도 구매할 수 있도록 할 것인지의 여부와 c. 쿠폰 발송 시간과 판매 마감 시간과의 시간차(P시간)와 d. 쿠폰에 답을 메시지의 내용과 e. 쿠폰 발송 대상을 자체 회원으로 할 것인지 모바일 광고 대행사에 발송을 의뢰할 것인지 또는 타 제휴사 회원을 대상으로 할 것인지 등의 여부와 f. 상기 5가지의 기준 별로 전체 발송량에 대한 각각의 경우의 할당량과 g. 고객군 별 발송량 할당율(단위 발송량을 고객군별로 나누어서 보낼 때 각 고객군이 차지하는 비율)로 이루어짐이 바람직하다.

- 122> 상기 사항들을 입력하고 나면 각 상품 일정에 조건이 반영되고 시스템에 의해 발송 계획이 자동 생성되어 a, b, c, d, e, f 항목은 발송계획 데이터베이스(400)와 메시지 데이터베이스(1020)에, g 항목은 고객군별 발송량 할당을 데이터베이스(800)에 저장된다.
- 123> 회원별 구매가능조건 설정 프로세스(S1130)는 회원이 쿠폰을 이용하고 싶은 시간대와 위치 등을 스스로 입력/수정 할 수 있도록 하는 단계이다.
- 124> 구매가능조건 설정의 구매가능 시간대 설정은 재화가 영화나 공연 항공권처럼 고객에게 효용을 제공하는 시간이 미리 정해져 있는 서비스 일 때 특히 중요하다. 구매가능 시간대란 쿠폰을 구매하는 시간대를 말하는 것이 아니라 해당 쿠폰으로 구입할 수 있는 재화의 판매 마감 시간(서비스일 경우 서비스 시작 시간을 말하는 것으로써 고객이 서비스의 효용을 제공받는 시간을 뜻함)을 말한다.
- 25> 쿠폰 수신 위치는 구매가능 시간대 별로 쿠폰 수신 희망 위치를 집, 직장, 주 활동지역 등 중에서 선택하여 입력하도록 하는 방식으로 수신 희망 시간대와 연동하여 회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)에 저장된다. 이렇게 입력된 회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)는 쿠폰발송 대상을 추출 할 때 사용된다.
- 26> 상기 판매율 예측 데이터베이스 생성 프로세스(S1140)는 쿠폰을 발송할 때 앞으로 다가올 판매 마감시간의 판매량을 예측하는 단계로 판매율 예측 데이터베이스(500)에 과거의 판매율 데이터를 담아두고 사용하게 된다.
- 27> 본 프로세스는 판매율 예측 데이터베이스(500)를 만들어낼 원시 데이터를 수집하여 판매율 이력 데이터베이스(470)에 저장하는 과정과 원시 데이터를 가공하여 판매율 예측 데이터베이스(500)를 만드는 과정으로 나뉜다.



- 128> 상기 판매율 예측 데이터베이스(500)를 만들기 위한 원시 데이터는 하나의 상품일정에 대한 판매율의 변화를 일정 시간 간격으로 조회하여 저장해 놓은 데이터로써 판매가 시작되고 판매가 마감 될 때까지의 판매량 변화의 추이가 그대로 저장된다. 데이터를 저장하는 간격은 재화에 따라 달라진다. 예를 들어 영화라면, 예매가 시작 될 때부터 10분 간격으로 영화가 시작되는 티켓 판매 마감 시간까지 상영관 별로 좌석 예매량을 조회하여 저장한다. 도 21은 판매율 변화 원시 데이터의 예로써 영화 티켓의 판매율의 변화추이를 나타낸 표이다.
- 129> 저장해둔 원시 데이터 중에서 각각의 상품에 대한 판매 마감 시간으로부터 P시간 전의 판매량과 판매 마감시간의 판매량 값의 쌍들을 뽑아 내어 P시간 전의 판매율에 대한 판매 마감시간의 판매율을 정규 분포로 나타내어 판매 마감시간의 판매율 값의 평균을 P시간 전의 판매율에 대응되는 판매 마감시간의 판매율 값으로 한다. (이하, 판매 마감 시간과 쿠폰 발송 시간과의 시간차를 'P'시간이라 한다.)
- 30> 발송 프로세스 개시 프로세스(S1210)는 일방시한쿠폰 시스템은 발송계획 데이터베이스(300)의 발송시간이 현재 시간과 일치되면 해당 발송계획에 대해 발송 프로세스를 개시하는 단계이다.
- 31> 영화의 경우, 현재 시간 오후 1시20분 일방시한쿠폰시스템이 발송계획 데이터베이스(300)를 검색했을 때 현재시간이 발송시간인 발송계획이 23개 있다면 23개 모두에 대해서 동시에 발송 과정을 시작한다.
- 32> 쿠폰 발송량 결정 프로세스(S1220)는 동시에 존재하는 수십 수백 개의 같은 종류의 상품 일정들에 대해서 몇 개의 쿠폰을 보내는 것이 최고의 수익률과 일방시한쿠폰 사업의 존재의미인 잔여상품의 판매를 통한 매출 증가에 적절한지를 결정하는 과정이다.

- 133> 본 발명에서는 구매 가능 재화를 쿠폰에 지정하지 않을 수도 있도록 함으로써 쿠폰 발송량 대비 판매율을 높이는 방법을 가능하게 하는 단계이다.
- 134> 그러나 쿠폰 발송은 구매 가능성이 높은 상품일정에 대해 더 많이 보내야 하는 것이 당연하므로 구매 가능성에 큰 영향을 미치는 상품일정의 선호도에 대한 감안이 없이 어떻게 쿠폰 발송량을 결정하느냐 하는 문제가 있다. 이에 본 발명에서는 쿠폰 발송량은 재화 별로 결정하고 쿠폰에 상품일정에 대한 지정만 하지 않는 방법으로 발송을 한다. 그러면 결과적으로 전체의 발송량은 개개의 상품일정에 대한 선호도가 합해져서 반영된 결과가 나오게 된다.
- 135> 발송량 결정 프로세스(S1220)의 첫 번째 과정은 손익 계산에 의한 발송량 제한 과정이다.
- 36> 일방시한쿠폰 시스템은 현재 쿠폰을 발송하려는 상품을 판매하는 매장에서 판매하는 같은 상품 중에서 판매 마감시간이 지난 가장 최근의 상품일정에 대한 판매량을 상품일정 데이터베이스(300)로부터 역시 상품일정 데이터베이스(400)에서 조회한 발송량으로 나눈 값이, 손익분기점의 발송량 대비 판매량 비율 이하로 떨어지면 현재 쿠폰을 발송하려는 상품일정에 대한 발송량을 미리 정해놓은 최저치로 낮추거나 발송을 중지한다.
- 37> 쿠폰의 발송량 대비 판매량 비율은 일방시한쿠폰 서비스의 수익율의 지표로서 판매 이익이 쿠폰 발송 비용 이하로 떨어지게 되면 손해를 보게 되기 때문에 판매량이 저하된 이유를 찾기 전까지는 상황의 변화를 감지할 수 만 있을 정도로 쿠폰 발송량을 최소한 낮추거나 발송을 중지하도록 한다. 손익분기점에서의 판매량 대비 발송량 비율의 계산은 식(1)로 표현된다.
- 38>
$$\text{발송량} * \text{단위 발송 비용} - (\text{판매량} * \text{판매 단가} * \text{판매 단가 중 쿠폰 수익 비율} + \text{제 경비 중 본 발송과 본 판매에 쓰인 비용}) = 0,$$

- 139> 일 때의 판매량을 발송량으로 나눈 값의 백분율 식(1)
- 140> 손익 계산에 의한 발송량 제한 과정이 끝나면 발송 조건 입력 때 관리자가 입력한 값이 의해 두 가지의 발송량 결정 과정 중 하나로 분기된다. 판매 주기 보다 P시간(발송 시간과 판매 마감시간의 차이)이 작거나 비슷할 경우와 판매 주기 보다 P시간이 훨씬 클 경우이다. 판매 주기는 단위 재화의 판매 시작 시간과 판매 마감 시간의 차이로써 영화의 경우는 대략 한 시간 반에서 길게는 서너 시간 정도 되지만 공연은 하루나 서너 시간, 과일도 하루, 의류는 한 계절 정도로 재화의 종류에 따라 다르다.
- 141> 그러므로 판매 주기 보다 P시간이 훨씬 큰 경우의 쿠폰 발송량 결정법은 판매 주기가 짧은 영화나 공연물 등에 적용 가능한 방법으로써, 동일한 서비스를 동일한 특성을 갖는 시간대에 주기적으로 반복하여 실시하는 경우에는 과거의 판매량으로 미래의 판매량을 예측할 수 있다는 점을 이용하여 해당 재화의 예측 잔여량을 과거의 같은 조건일 때의 잔여량으로 간주하여 쿠폰 발송량을 계산한다.
- 42> 판매 주기 보다 P시간이 작거나 비슷한 경우의 발송량 결정 방법은 다음과 같다.
- 43> 발송 프로세스가 개시되면 해당 재화의 현재 판매량을 판매 전산망 서버(170)로부터 조회하여 판매율을 계산하고 판매율 예측 데이터베이스(500)에 조회하여 판매 마감 시간의 판매율을 예측한다. 예측한 판매마감 시간의 판매율이 100%이면 판매되지 않고 남은 재화가 없을 것이기 때문에 발송은 하지 않지만 예측한 판매마감시간의 판매율이 100% 이하일 때는 판매되지 않는 잔여 재화가 있다는 예상이기 때문에 다음의 발송량 계산 방법을 이용하여 쿠폰을 발송한다.

- 144> 쿠폰 발송량을 결정하는 요소로는 대상 재화의 선호도와 서비스인 경우 실시 시간대의 선호도, 그리고 일방시한쿠폰 서비스 업체의 기간별 판매 목표량(연간 판매 목표 등), 기대되는 쿠폰 발송량 대 판매량의 비율이 있다.
- 145> 대상 재화의 선호도와 실시 시간대의 선호도는 현재까지의 판매량에 이미 반영된 요소이기 때문에 판매마감 P시간전의 판매율로 대체되며 기간별 판매 목표량은 판매마감 P시간전의 판매량에 배수의 형태로 반영된다.
- 46> 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 마감시간의 예상 잔여량보다 같거나 크면 예상 잔여량이 판매 목표량이 되고, 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 예상 잔여량보다 작으면 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 목표량이 된다. 발송량은 판매 목표량을 시스템에 설정되어 있는 발송량 대비 판매량 비율로 나누어 계산한다.
- 47> if P시간전의 판매량 * 발송량 배수 >= 예상 잔여량 then 판매목표량 = 예상 잔여량
- 48> else 판매목표량 = P시간전의 판매량 * 발송량 배수,
- 49> 발송량 = 판매목표량 / 발송량 대비 판매량 비율
- 50> 여기서 쓰이는 발송량 대비 판매량 비율은, 발송한 쿠폰의 개수로 쿠폰에 의한 판매량을 나눈 값이기 때문에 과거의 값을 쓸 수밖에 없다. 발송량 대비 판매량 비율은 시간대와 매장, 개별 재화의 특성 그리고 고객군 배합에 따라 달라질 수 있기 때문에 평균값을 사용할지 아니면 시간대나 매장 등의 특정 기준에 의해 각각 다른 값을 사용할지는 실제 서비스가 이루어진 후에 각각의 판매량 대비 발송량 비율의 결과 값을 분석하여 결정할 일이다.

151> 판매율 예측 데이터베이스(500)는 과거의 데이터에 기반한 경험 데이터베이스로서 판매 마감 P시간전의 판매율에 대한 판매 마감시간의 판매율 값을 저장하고 있는 데이터 베이스로서 정확도를 높이기 위해 판매마감 P시간전의 판매율 값에 대한 판매 마감시간의 판매율 값 데이터를 정규분포화해서 판매 마감 시간의 판매율의 평균값을 판매마감 P시간전의 판매율에 대응되는 판매 마감시간의 판매율로 하여 판매율 예측 데이터베이스(500) 생성 프로세스(1140)에서 만들어진 것이다.

152> 발송량 배수의 결정은 판매목표량에 의해서 결정되는 것으로 다루는 재화 별로 시장규모에 대한 분석에 의해 산정되는 것으로 본 특허의 범위 이외의 사업적 문제이다. 다만 일방시한쿠폰에 의한 3차 산업 재화의 판매 목표량은 기존의 판매 방식에 의한 매출액을 잠식하지 않는 한도 내에서 정해져야 한다. 일방시한쿠폰 방식에 의한 판매를 하게 되면 기존 판매 방식에 의한 판매량을 일방시한쿠폰 방식의 판매량이 어느 정도는 잠식하게 되지만 할인 판매에 의해 전체 판매량이 늘어나서 시장 전체 매출액은 늘어나게 되는데, 쿠폰이 너무 많아지면 기존 판매 방식으로 이루어질 구매가 쿠폰으로 대체 되는 양이 많아져서 시장 전체로 볼 때 해당 재화의 매출액이 줄어들게 된다. 그러므로 일방시한쿠폰 서비스가 시장에서 긍정적인 효과를 내기 위해서는 전체 쿠폰 발송량 한도가 제어 관리 될 수 있는 구조가 되어 바람직하다.

53> 판매 주기보다 P시간이 훨씬 큰 경우의 발송량 결정 방법은 다음과 같다.

54> 판매 주기보다 P시간이 훨씬 큰 경우에는 판매 마감시간의 판매율을 예측하기 위해 판매율 예측 데이터베이스(500)를 이용하지 않고 같은 재화에 대한 같은 시간대의 같은 매장에서의 판매율 데이터를 판매 마감시간의 판매율로 간주하여 발송량을 계산한다. 가령 월요일에 A상영관에서 B라는 영화를 3회에 상영했을 때 좌석점유율이 12%가 나왔다면 평일인 그 다음날인 화요일의 같은 상영관에서 같은 시간에 상영하는 같은 영화의 좌석판매율도 12%로 간주하는 것



이다. 선행발송(동일한 매장 동일한 판매 마감 시간 동일한 재화에 대한 과거 발송)에 대한 판매결과를 알기 때문에 선행 발송 시에 예측했던 판매 마감 시간의 판매량을 실제 결과치로 입력하여 선행 발송시의 발송량 결정 과정을 다시 수행하여 발송량을 결정한다.

155> 정리하면, 선행 발송 시의 판매 마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 선행 발송시의 판매 잔여량(선행 발송에서 얻어진 과거의 데이터)보다 같거나 크면 판매 잔여량이 판매 목표량이 되고, 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 잔여량 보다 작으면 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 목표량이 된다.

156> if 선행 발송시의 P시간전의 판매량 * 발송량 배수 >= 선행발송시 잔여량 then 판매목표량 = 선행발송시 잔여량

157> else 판매목표량 = 선행발송시의 P시간전의 판매량 * 발송량 배수,

158> 발송량 = 판매목표량 / 발송량 대비 판매량 비율

159> 이것은 앞의 판매 주기 보다 P시간이 짧거나 비슷한 경우와 같은 계산 방법에 판매 잔여량의 값만 실측된 과거 데이터를 쓴다는 점이 다른 것이다. 다만 발송량 계산시에 쓰이는 발송량 대비 판매량 비율은 구매 가능 시간이 길기 때문에 선행 발송의 경우보다 높게 나올 것이기 때문에 P 시간이 짧을 때와 같은 발송량 대비 판매량 비율을 쓸 수 없고, P시간 별로 각각 다른 발송량 대비 판매량 비율을 발송 결과에 따라 발송계획 데이터베이스(400)에 저장해두고 상황에 맞추어 사용한다.

30> 쿠폰 발송 대상 추출 조건 작성 및 발송 대상 추출 프로세스(S1230)는 쿠폰 발송량 결정 프로세스에서 특정 시간에 판매가 마감되는 특정 매장의 특정 재화(영화일 때는 모일 모상영



관의 N회 상영작이 된다)에 대한 발송량이 결정되면 구체적으로 어떤 고객군에게 얼마만큼 또는 누구에게 쿠폰을 발송할 것인지를 결정하는 단계이다.

- 161> 고객군별 쿠폰 발송량 할당은 해당 재화의 판매가 시작되기 전에 일방시한쿠폰 시스템 운영자가 재화의 특성에 맞도록 특정 시간에 판매가 마감되는 특정 재화에 대한 고객군별 발송량 할당을 데이터베이스에 입력하는 방식으로 이루어진다.(발송조건입력 프로세스 참조).
- 162> 발송대상 추출과정(S1230)은 다음과 같다.
- 163> 우선 회원별 발송빈도 데이터베이스(670)에서 해당 재화의 종류 별로 저장되어 있는 일정 기간에 대한 회원별 쿠폰 발송 빈도를 조회하여 빈도가 한도 이하인 회원만을 추출한다.
- 164> 이때 상품의 종류에 따라 쿠폰 발송 빈도의 한도가 달라지므로 상품종류 데이터베이스(350)에 있는 상품 종류별 발송빈도 한도를 참조하여 회원별 발송 빈도를 체크한다.
- 165> 상기 빈도수 체크 후 해당 재화가 영화나 공연, 항공권처럼 서비스 효용 제공 시간대에 따라 구매 가능 여부가 결정되는 재화인 경우에는 회원별 구매 가능 시간대를 미리 입력받아 회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)에 저장 해 두고 발송 대상 추출 시에 회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)를 검색하여 현재 발송 대상으로 하고 있는 재화를 구매 가능한 회원만을 추출한다.
- 166> 상기 회원 추출 후 해당 매장의 지리적 위치 및 재화의 종류, 그리고 P시간(쿠폰 발송 시간과 판매 마감시간의 시간차) 별로 구매 가능 고객의 지리적 위치의 범위를 저장해 놓은 매장지역별 발송대상지역 데이터베이스(700)와 회원 정보 데이터베이스(600)의 직장주소와 집주소, 주 활동 지역 등의 정보를 참조하여 해당 재화의 종류와 P시간 별로 해당 매장의 재화를 구매 가능 한 지리적 위치에 있을 것으로 판단되는 회원을 추출한다.

- 167> 이 때 회원이 집에 있을지 직장에 있을 지에 대한 판단은 회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)에 입력된 구매 가능 시간대와 해당 시간대에 회원 본인이 판단하여 본인이 위치 할 것으로 판단되는 지역을 직장파 집, 주 활동 지역 등으로 구분하여 입력한 데이터를 참조하여 판단한다.
- 168> 그 후, 현재 발송하려는 쿠폰이 다루는 재화와 동일한 재화에 대한 고객군별 판매율 결과 데이터가 고객군별 발송량 할당율 및 판매량 데이터베이스에 있는지 조회하여 값이 있으면 고객군별 판매율 결과로 고객군별 발송량 할당율을 정하고, 해당 값이 없으면 관리자에 의해 입력된 고객군별 발송량 할당율 초기치를 적용하여 고객군별 발송량을 결정한다. 발송량이 할당된 고객군에 해당되는 회원을 발송량 만큼 회원 정보 데이터베이스(600)에서 추출한다.
- 69> 마지막으로 회원 별 발송량 대비 판매량 비율을 회원별 발송량 및 판매량 데이터베이스(660)에서 조회하고 시스템 변수 데이터베이스에서 회원 개인별 구매율과 발송 여부의 관계에 대한 조건을 조회하여 발송여부를 결정한다. 이 때 회원 별 발송량과 판매량은 최근 일정 기간의 데이터만 축적하도록 하여 개인별 성향의 변화를 반영하도록 한다.
- 70> 그러기 위해서, 시스템은 쿠폰발송 작업을 하지 않는 하루 중의 유티 시간대에 각 회원에 대한 최근 일년간의 판매량과 발송량을 판매 데이터베이스(1000)와 발송 데이터베이스(900)에서 추출하여 판매 개수를 합산하여 회원별 발송량 및 판매량 데이터베이스(660)에 저장한다.
- 1> 상기의 경우는 자체 회원이 충분히 확보되었을 때의 경우이고, 자체 회원이 부족하여 위의 과정을 거쳐 회원을 추출하였을 때 발송량을 채울 수 없으면 다음과 같은 과정을 거쳐 모바일 마케팅 대행업체에게 발송을 의뢰한다. 발송을 의뢰하는 경우에도 이전 단계에 결정된 발송량을 관리자에 의해 각 발송 단위 별로 입력된 고객군별 발송량 할당율 데이터베이스(800)에 의하여 각 고객군별 발송량으로 나누고, 매장별 발송대상지역 데이터베이스(700)를 참조하여

발송 대상자의 거주 지역을 한정 지어 모바일 마케팅 대행업체 서버로 전송할 쿠폰 발송 대상자 개인별 추출 조건문을 작성하고 발송 데이터베이스(900)에 저장한다.

172> 고유코드 부여 및 내용 삽입 프로세스(S1240)는 이전 단계에서 추출한 발송 대상 회원명단이 넘어 오면 각각의 회원마다 고유 코드를 생성하고 발송 계획 데이터베이스(400)에 미리 선정되어 있는 메시지의 코드를 발송 데이터베이스(900)에 함께 저장하여 쿠폰을 완성하는 단계이다.

173> 자체 회원이 부족해서 모바일 광고 대행업체에게 의뢰하는 경우, 앞의 프로세스에서 넘어온 개인별 쿠폰 발송 대상 추출 조건에 각기 다른 고유 코드를 생성하여 역시 미리 선정되어 있는 메시지와 함께 발송 데이터베이스(900)에 저장한다.

174> 본 발명의 핵심인 일방 시한 쿠폰을 가능하게 하는 것이 고유 코드로써 발송되는 쿠폰 하나하나마다 고유한 코드를 삽입하여 발송하며, 이 때 발송한 고유코드를 발송 데이터베이스(900)에 저장해두어 쿠폰을 수신한 고객이 구매를 위해 시스템에 접속 할 때 발송 데이터베이스(900)에 저장했던 고유코드와 고객이 접속할 때 사용하는 고유코드를 체크하여 접속해 오는 고객이 쿠폰 서버가 쿠폰을 보낸 대상인지의 여부와 현재 시간이 구매 가능 시한에 걸리지 않는지의 여부를 판단하게 된다.

175> 모바일 광고사로의 쿠폰 발송 의뢰 프로세스(S1250)는 이 전의 프로세스에서 만들어진 개인별 발송 대상 추출 조건과 내용으로 이루어진 쿠폰을 발송 데이터베이스(900)에서 읽어내어 모바일 광고 대행업체의 서버로 전송하는 단계이다.



- 176> 자체발송 프로세스(S1260)는 이 전의 프로세스에서 만들어져 발송 데이터베이스(900)에 저장되어 있는 쿠폰을 메시지 발송 프로그램이나 전자메일 서버 등을 이용하여 발송하는 단계이다.
- 177> 메시지 발송 프로그램이나 전자 메일 서버는 본 시스템과 같은 컴퓨터 내에 설치 될 수도 있고 별도의 컴퓨터에 설치 될 수도 있는 프로그램으로 이미 상용화되어 널리 사용되고 있다.
- 178> 판매 시스템 접속 프로세스(S1310)는 본 프로세스는 온라인으로 판매가 이루어지는 경우에만 이루어지는 프로세스로서, 휴대전화로 쿠폰을 수신한 고객이 접속을 시도하면 고유코드가 포함된 콜 백 URL이 판매 시스템의 웹 서버로 요청되고 웹 서버는 고유코드를 다시 웹 어플리케이션 서버로 보내 발송 데이터베이스(400)에서 해당 고유 코드가 부여된 재화의 판매 마감시간과, 회원 비회원 여부 등의 발송 정보를 검색하여 현재 시간과 비교하여 판매 가능 시간인지 아닌지와 회원에게 보낸 쿠폰인지 비회원에게 보낸 쿠폰인지를 판단하는 단계이다.
- 79> 회원인 경우 판매 가능 시간 여부를 알려준 후 판매 프로세스를 진행하고, 회원이 아닌 경우에도 판매 가능 시간 여부를 알려주고 회원 가입을 권유하며 판매 가능 시간일 경우는 회원 가입 절차 후에 고객이 구매 가능하게 해준다.
- 80> 전자 메일로 쿠폰을 수신한 고객이 메일에 포함된 접속링크를 클릭하면 링크의 주소에 포함된 고유코드가 일방시한쿠폰 서버의 발송 데이터베이스(400)의 고유코드와 비교되고 해당 정보가 검색되어 웹 페이지로 구매 가능여부를 알려주고 판매 가능할 때 판매 프로세스를 진행한다.

- 181> 고객이 휴대전화로 받은 쿠폰에 표시된 고유코드를 웹 페이지에 입력하여 구매를 하고자 할 때는, 먼저 쿠폰 사이트에 접속을 하고 로그인을 한 후에 고유코드를 입력하면 발송 데이터베이스(400)에서 고유코드에 해당하는 발송 정보를 조회하여 웹 페이지에 구매 가능 여부를 표시해 주고, 판매가 가능한 경우엔 판매 프로세스를 진행한다.
- 182> 판매 프로세스(S1330)는 판매는 크게 온라인에서 이루어지는 경우와 오프라인에서 이루어지는 경우의 두 가지로 나뉜다.
- 183> 온라인에서 판매가 이루어지는 경우는 고객이 이동전화기나 컴퓨터의 화면과 버튼이나 키보드 등의 입력장치를 이용하여 로그인 하고 구매 화면을 선택하면 판매 프로세스가 시작된다. 상품 일정 데이터베이스(300)에 집계된 쿠폰에 의한 해당 재화의 판매량이 발송계획 데이터베이스(400)에 저장된 발송시 예측했던 판매 마감시의 예측 잔여량을 넘지 않는 경우에만 판매 전산망에서 재화의 현재 잔여량을 조회하여 구매 가능한 분량이 남아 있으면 구매 가능한 상품의 목록을 고객의 위치에 근접한 매장의 상품부터 화면에 표시한다. 이 때 발송 데이터베이스(900)의 구매상품한정 여부를 조회하여 해당 쿠폰이 특정 재화의 판매에만 사용되는 것이라면 해당되는 상품만을 목록에 표시한다. 고객의 위치 판단 로직은 다음과 같다. 고객의 아이디로 고객의 회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)를 조회하여 현재 시간에 위치할 것으로 입력된 장소가 집인지 직장인지 주 활동지역인지 위치를 조회하고, 회원 데이터베이스(600)에서 다시 그 장소에 맞는 주소를 조회하여 그 주소에 가까운 매장 목록을 먼저 표시한다. 우리나라의 경우는, 가까운 매장의 판단은 매장 주소의 우편번호와 고객의 추정 현 위치 주소의 우편번호가 같은 것부터 맨 뒷자리 하나만 다른 것, 뒤에서부터 두 개만 다른 것의 순서로 표시한다. 그러면 같은 동에 위치한 매장부터 구, 군, 시, 도의 순서로 표시가 되고 그 후의 순서는 도가 달라지기 때문에 별 의미가 없다. 다만 경기도와 서울특별시는 생활권이 겹치므로 서

로 인접한 것으로 간주해서 표시하는 것이 바람직하다. 고객의 위치에 인접한 매장부터 표시해주는 것은 웹 페이지로 접속 할 때 보다 휴대전화로 접속 할 때 더 중요한 문제가 된다. 화면이 작아서 한 화면에 표시되는 목록이 적기 때문에 구매할 수도 없는 지역의 매장이 먼저 나온다면 페이지를 넘기느라고 접속 시간도 오래 걸리고 번거롭게 되는 등 구매하려는 고객의 불만을 사게 되어 판매율 저하로 이어 질 수 있다. 고객이 화면에 표시된 재화 중에 하나를 선택하고 구매 개수를 정하면 결제 단계로 넘어간다.

84> 결제 단계는 온라인에서 이루어지는 경우와 오프라인에서 이루어지는 경우로 나뉜다.

85> 결제 단계까지 온라인에서 이루어지는 경우는 신용카드나 전화요금합산, 전자화폐, 포인트 구매 등의 방법을 이용해서 결제가 이루어지면 결제 정보를 이동통신사나 신용카드사에 보내 대금정산이 이루어질 수 있도록 하며 판매 전산망에 판매 결과를 전송하여 구매한 고객이 매장에 도착하였을 때 본인 확인을 하고 재화를 제공받을 수 있도록 한다. 쿠폰의 브랜드 인지도가 떨어질 때에는 안전한 거래라는 인식을 고객에게 주어 판매율을 높이기 위해 재화의 선택 과정은 온라인으로 해도 대금 결제는 매장에 도착한 후에 할 수 있도록 하는 것이 바람직하다.

36> 결제 단계가 오프라인에서 이루어지는 경우에는 판매 단계가 이루어질 때 구매자 정보와 판매된 재화의 상품 코드와 수량 등 상품 정보를 판매 전산망으로 전송하여 나중에 구매자가 매장에 도착하여 재화를 요청하면 매장 직원은 고객의 주민등록번호를 매장 터미널에 입력하여 판매 전산망 서버내의 데이터베이스에서 해당 고객의 구매 결과를 조회하여 구매자와 일치 할 경우, 대금 결제 여부를 확인하여 결제가 완료되었으면 재화를 인도하고 아직 결제하지 않았으면 결제 완료 후 인도 한다.

- 187> 오프라인에서 판매가 이루어지는 경우는 이동 전화로 쿠폰을 받은 고객이 매장에 도착하여 이동 전화기 화면에 표시된 쿠폰의 고유코드를 매장 직원에게 알려주거나, 컴퓨터로 쿠폰을 받은 고객이 쿠폰의 고유코드를 프린트하거나 메모해서 매장직원에게 보여주면 매장직원은 판매 전산망에 조회하고 판매 전산망서버(170)는 해당 쿠폰 발송 시에 일방시한쿠폰 서버(100, 200)로부터 전송 받아 저장해둔 쿠폰 발송 정보의 고유코드와 입력된 고유코드를 대조하는 과정을 거쳐 판매 가능 여부를 매장 터미널에 표시하여 고객이 재화를 할인된 가격에 구매할 수 있도록 하며 판매결과를 일방시한쿠폰 서버(100, 200)로 전송하여 피드백 데이터로 사용 할 수 있도록 한다.
- 88> 이때도 역시 상품 일정 데이터베이스(300)에 집계된 쿠폰에 의한 해당 재화의 판매량이 발송계획 데이터베이스(400)에 저장된 판매 마감시의 예측 잔여량을 넘지 않는 경우에만 판매 전산망에서 재화의 현재 잔여량을 조회하여 구매 가능한 분량이 남아 있으면 판매가 가능하다.
- 89> 이 때 쿠폰에 포함된 고유 코드가 매장 단말기까지 전달되는 과정은 위에서처럼 회원이 이동전화 화면을 보고 매장 직원에게 불러 줄 수도 있지만 바코드의 형태가 될 수도 있고, 적외선 결제 방식이나 RF 통신 방식 등 여러 가지 방법이 사용 가능하다.
- 90> 도 5는 본 발명의 일 실시예에 따른 온라인에서 상품을 구매하여 다른 사람에게 줄 때의 과정을 나타내는 플로우차트이다.
- 91> 상기 실시예에서, 온라인에서 상품을 구매하여 다른 사람에게 줄 때의 프로세스는 선물 받을 사람의 전화번호나 전자메일 입력 단계(S2100), 결제단계(S2200), 발송단계(S2300), 고객의 티켓수신 및 접속 결심단계(S2350), 회원여부판단단계(S2400), 회원가입의사 문의단계(S2500), 판매프로세스(i) 단계(S2600), 판매프로세스단계(ii)(S2700)단계를 포함한다.

- 192> 본 프로세스는 정확히 말하면 결제만 하고 구체적 상품의 선택은 받는 사람에게 맡기는 방식이다. 일종의 상품권과도 같은 경우라고 할 수 있다.
- 193> 이 방법은 일방시한쿠폰 수신자가 여건이 안되어 상품을 구매 할 수 없을 때 상품을 이용 할 수 있는 여건이 되는 친구에게 선물 할 수 있도록 함으로써 쿠폰 발송량 대비 판매율을 높이는 수단으로써 일방시한쿠폰의 사업성을 높이는 효과가 있다.
- 194> 판매 시스템에는 상품을 구매하는 메뉴 외에도 다른 사람에게 선물을 하는 메뉴가 있어서 해당 메뉴를 선택하고 상품을 선물 받을 사람의 이동전화 번호나 전자메일 주소를 입력하면 일방시한쿠폰 시스템은 해당 전화번호나 전자메일주소로 결제가 필요 없는 쿠폰을 발송하게 된다. 상기 쿠폰을 받은 사람은 판매 시스템에 접속하여 원하는 상품을 선택하기만 하고 상품 선택 후 일방시한쿠폰 시스템에 의해 부여된 티켓 번호를 확인한 후 나중에 매장에 가서 티켓 번호를 제시하고 상품을 제공받게 된다.
- 95> 도 5를 참조하면, 쿠폰을 받은 회원이 다른 사람에게 선물을 하기로 결정하고 선물하기 메뉴에 선물 받을 사람의 전화번호나 전자메일 주소를 입력하고 온라인으로 결제를 완료하면 일방시한쿠폰 시스템은 판매 데이터베이스(1000)에 판매경로를 선물하기로 하여 저장하여 판매 결과를 남기며, 앞에서 입력받은 이동전화 번호나 전자메일주소로 쿠폰을 발송하게 되는데 이때 새로운 접속고유코드를 생성하고 발송구분코드를 '선물하기'로 하고 판매 마감시간을 현재 시간부터 P시간 후로 수정하여 발송 데이터베이스(900)에 저장하고 선물 받을 사람에게 쿠폰을 발송한다.
- 16> 이 때 선물되어진 쿠폰은 결제가 이미 이루어진 쿠폰으로써 도 4에서 설명하는 일방시한 쿠폰과는 결제의 완료여부가 차이가 있다.

197> 선물 받은 사람이 쿠폰을 수신하고 이동전화나 컴퓨터 등을 이용해 판매 시스템에 접속을 하면 일방시한쿠폰 시스템은 고유코드를 체크하여 현재 접속한 사람이 쿠폰을 선물 받은 사람임을 감지하고 접속한 사람에게 쿠폰을 선물 받았음을 알려주고 상품을 선택하는 화면을 표시한다. 이 때 일방시한쿠폰시스템은 선물 받은 사람이 이미 회원인지 아닌지를 전화번호나 전자메일주소를 회원명단에서 체크하여

198> (i)선물 받은 사람이 회원이거나 회원가입을 하는 경우엔, 선물 받은 사람이 상품선택을 완료하면 일방시한쿠폰시스템은 새로운 고유코드를 생성하여 관련정보와 함께 판매 데이터베이스(1000)에 저장하고 판매전산망에 상품명과 일정, 주민등록번호와 이름을 전송한다. 선물 받은 사람이 주민등록증을 매장에 제시하면 매장직원은 주민등록번호를 매장 단말기에 조회하여 일치 할 때 상품을 제공한다.

99> (ii)선물 받은 사람이 회원이 아니고 회원가입을 거부했을 경우엔, 선물 받은 사람이 상품 선택을 완료하면 일방시한쿠폰시스템은 새로운 고유코드를 생성하여 관련정보와 함께 판매 데이터베이스(1000)에 저장하고 판매전산망에 상품명과 일정, 고유코드를 전송한다. 이때 생성된 고유코드는 티켓 번호로써 사용되기 시작한다. 선물 받은 사람이 화면에 표시된 티켓번호를 매장에 제시하면 매장직원은 티켓번호를 매장 단말기에 조회하여 일치 할 때 상품을 제공한다

10> 도 6은 회원이 친구를 회원에 가입하도록 추천하는 과정을 나타내는 플로우차트이다.

11> 상기 실시예에서, 회원이 친구를 회원에 가입하도록 추천할 때의 프로세스는 추천할 사람의 전화번호나 전자메일 입력단계(S3100), 회원여부 판단단계(S2400), 발송단계(S3300), 고객의 쿠폰 수신 및 접속 결심단계(S1300), 판매시스템에 접속단계(S1310), 판매프로세스단계(S1330)을 포함한다.

- 202> 회원이 본 일방시한쿠폰 서비스의 효용을 느끼고 지인들에게 회원 가입을 추천하고자 할 때, 일방시한쿠폰 판매시스템에 접속하여 가입추천메뉴를 선택하고 가입추천하고 싶은 사람의 이동전화번호나 전자메일 주소를 입력하면 일방시한쿠폰 시스템이 입력된 번호나 주소로 일방시한쿠폰을 발송하여 가입과 상품 구매를 권유하게 된다.
- 103> 본 방법은 일방시한쿠폰 서비스의 기반이 되는 회원의 모집을 용이하게 해주는 효과가 있다.
- 104> 친구에게 회원가입을 추천할 때의 구체적인 프로세스를 살펴보면,
- 05> 회원이 판매 시스템에 접속을 한 후 가입추천메뉴를 선택하면 추천하고 싶은 사람의 이동전화 번호나 전자메일 주소를 입력할 수 있는 화면이 표시된다.(S3100) 회원이 이동전화 번호나 전자메일 주소를 입력하면 일방시한쿠폰 시스템은 입력받은 번호나 주소로 쿠폰을 발송(S3300)하게 되는데, 먼저 입력받은 이동전화번호나 전자메일주소를 회원 데이터베이스에서 조회하여 이미 회원에 가입된 사람인지 아닌지를 판단하여 회원인 경우는 이미 회원임을 알려주고 회원이 아닐 경우에만 발송을 한다(S2400). 입력받은 번호나 주소가 기존 회원의 것이 아닌 경우엔 발송 데이터베이스에 해당 이동전화번호나 전자메일주소와 새로 생성한 고유코드와 현재 시간부터 P시간 후까지로 정한 판매 마감시간, 그리고 발송구분코드를 추천하기로 하여 저장하고 발송한다.
- 6> 이후의 과정은 도 4에 설명된 일방시한쿠폰을 받은 고객이 판매 시스템에 접속하는 과정과 동일하다.
- 7> 다음은 본 발명에 대한 이해를 돕기 위한 일방시한쿠폰 서비스의 실시 예로써 본 발명의 적용분야 중의 하나를 단지 예로 들어 설명한 것이다.

- 208> 영화 티켓에 본 발명인 일방시한쿠폰장치와 방법을 적용했을 때를 경우를 설명한다.
- 209> 도 7내지 도 22는 본 발명을 설명하기 위한 일 실시예로써 일방시한쿠폰 서버에 데이터 베이스화되어 있는 자료의 구조를 나타낸 것이다.
- 210> 극장에서 상영되는 영화는 서비스 중에서도 실시 일정과 생산량이 정해져 있는 상품이어 서 정해진 시간에 마련된 좌석만큼 관객이 들지 않으면 팔리지 않은 좌석은 고스란히 손실로 이어지는 서비스로서 본 발명이 목표로 하는 시장의 특성을 잘 나타내는 분야이다.
- 211> 도 7내지 도 22를 참조하면, 일방시한쿠폰 시스템의 관리자는 새 영화가 시작되면 영화 의 내용에 따라 고객군별 할당율을 입력하고, 쿠폰은 문자 메시지를 이용해 발송하기로 하고, 판매 마감 2시간 전에 쿠폰을 발송하기로 설정하며, 쿠폰에 답을 메시지의 내용도 입력 해 놓 는 등 각종 설정을 완료하고 발송계획 작성 버튼을 누르면 입력한 조건들에 맞도록 같은 영화 를 상영하는 상영관들의 일정들마다 각각의 발송 계획이 작성되어 발송계획 데이터베이스(400) 에 저장된다.
- 12> 일방시한쿠폰 시스템은 매일 아침 영화가 시작하기 전에 영화 예매 전산망으로부터 가맹 극장들의 영화상영 일정을 조회하여 상품일정 데이터베이스(300)에 업데이트 하고 발송계획이 없거나 변경된 상영일정에 대해서 관리자에게 경고를 내보내어 발송계획을 작성하도록 한다.
- 13> 일방시한쿠폰 시스템은 발송계획 데이터베이스(400)를 감시하다가 발송 시간을 맞은 발 송 계획에 대해서 쿠폰 발송 프로세스(S1210)를 개시시킨다.
- 4> 도 7을 참조하면, 현재 시간 오후 12시, 서울시 강남 지역의 강남극장 1관에서 오후 2시 에 상영하는 영화 '매트릭스' 2회에 대한 발송계획상의 발송시간이 12시로 되어 있다.

- 215> 일방시한쿠폰 시스템은 현재 시간부로 판매가 마감된 강남극장 1관의 영화 '매트리스' 중 가장 최근 일정인 11시 50분에 마감된 상영에 대한 판매량과 발송량을 발송계획별 판매량 데이터베이스(1050)와 상품일정 데이터베이스(400)에서 조회 해보니 발송량이 200매이고 판매에 쓰인 쿠폰이 10매로 5%의 발송량 대비 판매율이 나왔고, 시스템변수 데이터베이스(1070)에 저장된 손익분기점에서의 발송량 대비 판매율인 3%를 상회하므로 발송을 진행한다.
- 16> 현재 영화 '매트리스' 2회에 대한 예매량을 판매 전산망으로부터 조회해보니 6매이고 상품일정 데이터베이스(300)에서 조회한 강남극장 1관의 총 좌석은 100개으로써 6%의 예매율을 보인다. 판매율 예측 데이터베이스(500)에서 상영 두 시간전의 예매율이 6%일 때의 상영시간의 판매율을 조회해보니 11%이다. 그러므로 예상되는 상영시간의 잔여좌석은 89개이고 발송계획 데이터베이스(400)에 설정되어 있는 발송량 배수 2를 현재 예매량 6매에 곱한 12매가 예측된 상영시간의 잔여 좌석인 89개를 넘지 않으므로 판매 목표량은 12매가 되고, 과거의 발송량 대비 판매량 비율이 5%이므로 발송량은 목표량 12매를 0.05로 나눈 값인 240매가 된다.
- 17> 발송량이 정해졌으니 발송량만큼의 발송 대상을 회원 데이터베이스로부터 추출해야 한다. 발송 대상 추출 조건들을 하나하나 적용하면서 대상을 추출해 나간다. 회원별 발송빈도 데이터베이스(670)를 조회하여 이번 한달 동안 영화에 대한 쿠폰 발송 회수가 2회 미만인 회원을 추출한다.
- 8> 상기에서 추출된 회원 중에서 회원 개인 별 발송량 대비 판매량 비율을 회원별 발송량 및 판매량 데이터베이스(660)에서 조회한 발송량과 판매량으로 계산하여 이 값이 시스템변수 데이터베이스(1070)에 저장된 최저 회원별 발송량 대비 판매량 비율 값 이상인 회원만 다시 추출한다.

- 219> 상기에서 추출된 회원 중에서 현재 발송 대상인 영화의 상영시간인 2시부터 4시 사이에 상영하는 영화의 티켓을 구매 가능하다고 회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)에 입력한 회원을 다시 추출한다.
- 220> 상기에서 추출된 회원 중에서 다시 해당 시간대인 2시에서 4시 사이에 본인이 있을 것으로 입력된 지역을 회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)에서 조회하고 그 지역을 다시 매장 지역별 발송대상지역 데이터베이스(700)에서 조회하여 B극장의 쿠폰 발송 대상 지역에 포함되는 회원만 다시 추출한다.
- 21> 고객군별 발송량할당을 및 판매량 데이터베이스(800)에서 조회한, 강남극장에서 가장 최근에 상영이 시작된 영화 '매트릭스' 대한 고객군별 판매량 비율인 여대생 42%, 20대 여성 무직자 18%, 20대 주부 25%, 30대 주부 15%를 전체 발송량 240매에 적용하여 각 고객군 별로 101명, 43명, 60명, 36명씩을 이전 단계에서 추출된 회원 중에서 다시 추출한다.
- 22> 이 때 자체 회원이 부족하여 30대 주부 30명에 대해서는 모바일 마케팅 대행업체에 발송을 의뢰하게 된다. 발송을 의뢰 할 때 전송되는 데이터는 추출 조건(A지역 극장의 발송 대상지역에 거주하는 30대 주부)과 메시지 내용, 그리고 고유코드를 포함한 콜 백 URL이 되며 발송 데이터베이스(900)에 고유코드와 메시지 코드 등을 저장하고 난 후 모바일 마케팅 대행업체와 서로 정한 규약에 맞추어 전송한다.
- 23> 전송된 데이터를 받은 모바일 마케팅 업체는 이동 통신 업체의 회원 정보에서 발송 대상 추출 조건에 맞는 대상을 추출하여 문자 메시지의 형태로 쿠폰을 발송한다.



- 224> 자체 회원 명단에서 추출된 회원에게도 회원마다 고유코드를 부여하여 아이디, 이동전화 번호 등과 함께 발송 데이터베이스(900)에 저장하고 자체 메시지 발송 서버를 통해서 쿠폰을 발송한다.
- 225> 고객에게 문자 메시지의 형태로 쿠폰이 도착한다. 휴대전화 화면에 영화티켓이 할인가 3000원에 제공되며 1시 40분까지 구매가 가능하다는 메시지가 뜬다. 고객이 접속 버튼을 눌러 무선인터넷에 접속하면 회원인 경우는 자동으로 로그인이 되고 비 회원인 경우는 가입을 권고하는 메시지가 표시된다. 이 때 회원 여부의 파악은 발송 데이터베이스(900)에 저장된 고유코드와 콜 백 URL에 포함된 고유코드의 대조를 통해서 하게 된다.
- 226> 로그인 후에는 영화를 먼저 선택 할 것인지 극장을 먼저 선택할 것인지를 선택하고, 영화를 먼저 선택하기로 하면 현재 구매 가능한 영화들이 표시되며 극장을 먼저 선택하기로 하거나 영화를 선택하면 고객의 주거지에서 가까운 극장부터 목록이 표시된다.
- 227> 이 때 영화의 구매 가능여부는 쿠폰이 판매를 대상으로 하는 영화의 상영시간인 오후 2시 이전에 시작하는 영화 중에서 쿠폰에 의한 판매량이 발송시에 예측된 상영시간의 잔여량을 넘지 않는 영화 중에 현재 잔여 좌석이 남은 영화만을 목록에 표시한다.
- 228> 고객이 영화와 구매개수를 정하면 결제 화면으로 진행이 된다. 결제는 휴대전화 요금에 대금을 포함시키거나 신용카드로 결제하는 등의 온라인 결제와 극장에 도착해서 티켓을 찾을 때에 결제를 하는 방법을 선택하도록 되어 있어서 고객은 원하는 방법을 선택하게 된다. 선택을 마치면 판매 전산망으로 판매 결과가 전송되어 고객이 티켓을 찾으러 극장의 온라인 예매



출력 일자: 2004/6/17

창구에 갔을 때 창구직원이 판매 전산망에 조회하여 대금 결제 여부에 따라 결재를 마무리하고 티켓을 발급하게 되고 티켓을 받은 고객은 영화를 관람하게 된다.

【발명의 효과】

- 229> 상술한 바와 같이 본 발명에 의하면 판매되지 못하고 재고로 남거나 소멸되어 버리는 재화들을 판매 할 수 있도록 도와주고 소비자에게는 저렴한 가격에 재화를 구입할 수 있도록 해주어 생산자와 소비자 모두에게 이익을 주는 효과가 있다.
- 30> 특히 기존의 방법으로는 떨어 판매를 할 수 없었던 서비스를 떨어 판매 할 수 있도록 해줌으로써 서비스 산업 전체의 수익성을 재고 시켜 주는 효과가 있다.
- 31> 또한, 일단 생산된 재화가 소비되지 못하고 버려 진다는 것은 경제 전체적으로 볼 때도 큰 손실일 뿐 아니라 환경적으로 볼 때에도 자원의 효율적인 활용이 이루어지지 못하고 낭비되는 것으로써, 본 발명이 목표로 하는 기 생산된 재화의 완전한 소비 추구는 더 이상의 소모적인 생산을 막을 수도 있는 환경친화적인 방법으로서 생산의 효율뿐 아니라 소비의 효율도 높여 가는 효과가 있다.
- 32> 상술한 바와 같이, 본 발명의 바람직한 실시 예를 참조하여 설명하였지만 해당 기술 분야의 숙련된 당업자라면 하기의 특허청구범위의 범위에 기재된 본 발명의 사상 및 영역으로부터 벗어나지 않는 범위 내에서 본 발명을 다양하게 수정 및 변경시킬 수 있음을 이해할 수 있을 것이다.



【특허청구범위】

【청구항 1】

판매하려는 재화의 정보를 업데이트 주기에 맞추어 판매 전산망 서버로부터 조회하고 상기 재화의 정보를 판매일정 데이터베이스에 저장하는 판매일정 업데이트 단계;

쿠폰발송을 위한 발송조건과 발송정보 및 발송계획을 작성하고 저장하는 발송계획데이터베이스구축단계;

과거의 판매율 정보를 수집하고 판매율 이력 데이터베이스에 저장하며, 상기 저장된 정보를 가공하여 판매율 예측정보를 생성하고 저장하는 판매율 예측 데이터베이스구축단계;

손익계산에 의한 발송량을 제한하고 판매주기와 발송시간과 판매마감시간의 차이를 비교하여 쿠폰의 발송량을 결정하는 단계;

상기 발송조건에 해당하는 회원데이터를 추출하고 저장하는 발송대상추출데이터베이스구축단계;

상기 추출된 회원데이터에 고유코드를 부여하고 상기 발송계획 데이터베이스에 선정되어 있는 메시지코드와 함께 저장하여 발송데이터베이스를 구축하고 쿠폰을 제작하는 단계;

상기 제작된 쿠폰을 상기 추출된 회원에게 발송하는 단계;

상기 쿠폰을 전송 받은 회원이 판매시스템에 접속하고 회원인증을 하는 단계; 및

상기 인증된 회원이 구매할 재화를 선택하고 구매의사를 전송하며 결재하는 단계를 포함하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 2】

제 1항에 있어서, 발송조건은 재화에 종류에 따라 상품정보가 데이터베이스에 업데이트 되는 주기와 데이터베이스화되는 내용에 차이가 있음을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 3】

제 1항에 있어서, 회원이 지정한 상기 일방시한쿠폰의 이용가능시간대와 위치정보를 저장하여 회원별 구매가능조건 설정 데이터베이스구축단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 4】

제 1항에 있어서, 손익계산에 의한 발송량 제한 과정은 현재 쿠폰을 발송하려는 상품을 판매하는 매장에서 판매하는 같은 상품 중에서 판매 마감시간이 지난 가장 최근의 상품일정에 대한 판매량을 발송량으로 나눈 값이, 손익분기점의 발송량 대비 판매량 비율 이하로 떨어지면 현재 쿠폰을 발송하려는 상품일정에 대한 발송량을 미리 정해놓은 최저치로 낮추거나 발송을 중지하는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 5】

제 1항에 있어서, 판매주기보다 발송시간과 판매마감시간의 차이가 작거나 비슷한 경우는 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 마감시간의 예상 잔여량 보다 같거나 크면 예상 잔여량이 판매 목표량이 되고, 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 예상 잔여량 보다 작으면 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 목표량이 되는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 6】

제 1항에 있어서, 판매주기보다 발송시간과 판매마감시간의 차이가 큰 경우는 선행 발송시의 판매 마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 선행발송시의 판매 잔여량보다 같거나 크면 판매 잔여량이 판매 목표량이 되고, 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 잔여량 보다 작으면 판매마감 P시간전의 판매량에 발송량 배수를 곱한 값이 판매 목표량이 되는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 7】

제 5항 또는 제 6항에 있어서, 발송량은 판매 목표량을 발송량 대비 판매량 비율로 나누어 계산됨을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 8】

제 1항에 있어서, 회원데이터를 추출하는 단계는

발송빈도 데이터베이스에서 재화의 종류별로 저장되어 있는 일정기간에 대한 회원별 쿠폰 발송 빈도를 조회하여 회원을 추출하는 단계;

회원별 구매가능조건 설정 데이터베이스를 검색하여 현재 발송대상으로 하고 있는 재화를 구매 가능한 회원만을 추출하는 단계;

매장지역별 발송대상지역데이터베이스와 회원정보데이터베이스를 검색하여 해당재화의 종류와 P시간 별로 해당 매장의 재화를 구매 가능한 지리적 위치에 있을 것으로 판단되는 회원을 추출하는 단계;

발송량이 할당된 고객군에 해당되는 회원을 발송량 만큼 회원 정보 데이터베이스에서 추출하는 단계 및;



쿠폰발송 작업을 하지 않는 하루중의 유휴시간대에 각 회원에 대한 최근 일년간의 판매량과 발송량을 판매 데이터베이스와 발송 데이터베이스에서 추출하여 개인별 판매개수와 발송개수를 각각 합산하여 회원별 발송량 및 판매량 데이터베이스에 저장하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 9】

제 1항에 있어서, 발송방법은 개인화된 메세지 전달 방법에 의하여 전송됨을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 10】

제 9항에 있어서, 개인화된 메세지 전달 방법은 모바일 광고업체 서버를 통한 발송과 자체 메세지 발송 서버를 통한 발송과 전자메일을 통한 발송 중에서 선택되는 어느 하나를 통하여 전송됨을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 11】

제 1항에 있어서, 대금 결제는 이동전화 요금에 합산하는 방법과 신용카드로 결제하는 방법과 전자화폐로 결제하는 방법과 포인트 적립 업체를 이용하는 방법 및 매장에서 현금으로 결제하는 방법 중 선택되는 어느 한가지를 통하여 결제되는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 12】

제 1항에 있어서, URL에 고유코드를 삽입하여 쿠폰 수신자가 쿠폰을 이용하여 판매 시스템에 접속할 때 자동으로 신원을 확인하여 로그인 하는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 13】

제 1항에 있어서, 쿠폰마다 각각 생성한 고유코드를 판매마감시간이나 대상 재화 등의 발송정보와 함께 저장하고 쿠폰 수신자가 시스템에 접속 할 때 두 고유코드를 대조하여 쿠폰이 어떤 재화를 구매 가능한 것인지를 자동으로 판단할 수 있는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 14】

제 1항에 있어서, 쿠폰에 삽입된 고유코드로 쿠폰 수신자의 정보를 추적하여 개인별 구매량과 고객군별 판매율 등을 파악 할 수 있도록 하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 15】

제 1항에 있어서, 상품 목록을 표시할 때 쿠폰수신자의 주거지에 가까운 매장에서 파는 상품부터 먼저 표시해 주는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 16】

제 1항에 있어서, 정상가격에 의해 판매될 분량은 남겨 놓은 채 팔리지 않을 것으로 예측되는 판매잔여량에 대해서만 판매를 하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 17】

제 1항에 있어서, 쿠폰을 수신한 회원이 상기 수신한 쿠폰에 대금을 결제 한후에 상기 결제가 이루어진 쿠폰을 타인에게 전송하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 일방시한 쿠폰 운용방법.



100039215

출력 일자: 2004/6/17

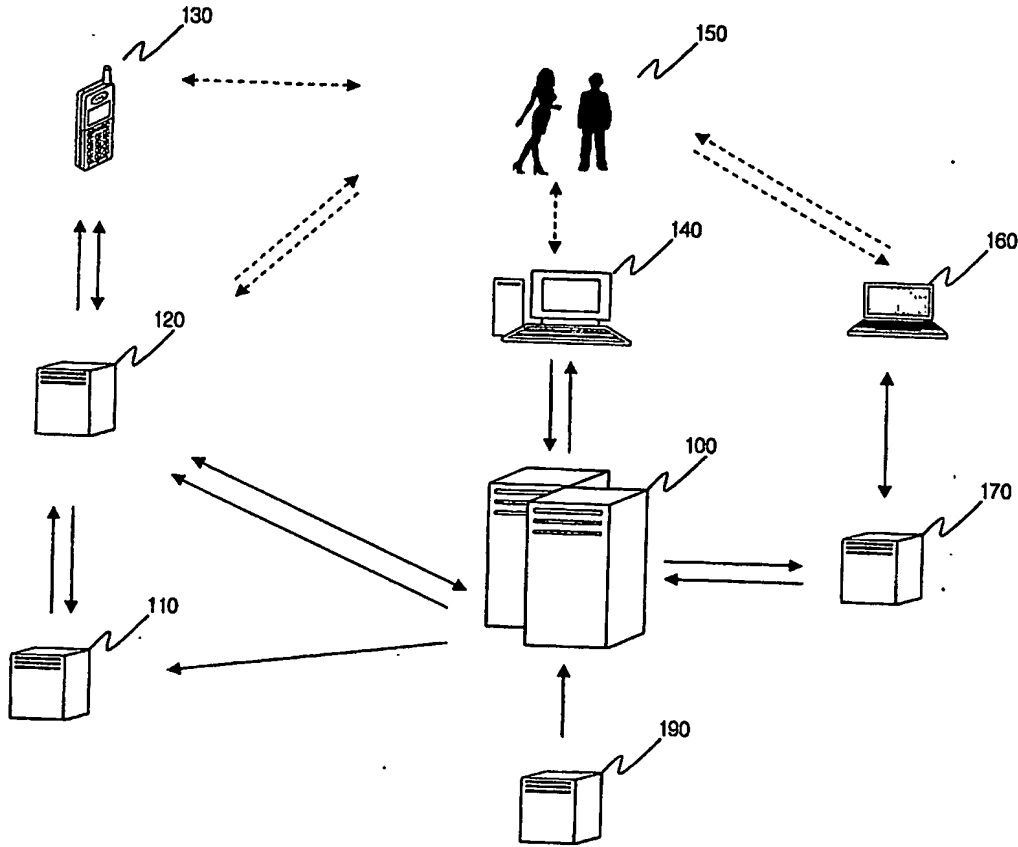
【청구항 18】

제 16항에 있어서, 상기 쿠폰을 받은 타인에게 회원가입여부를 확인한 후 회원가입이 되어 있지 않으면 회원가입을 권유하는 단계를 더 포함하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【청구항 19】

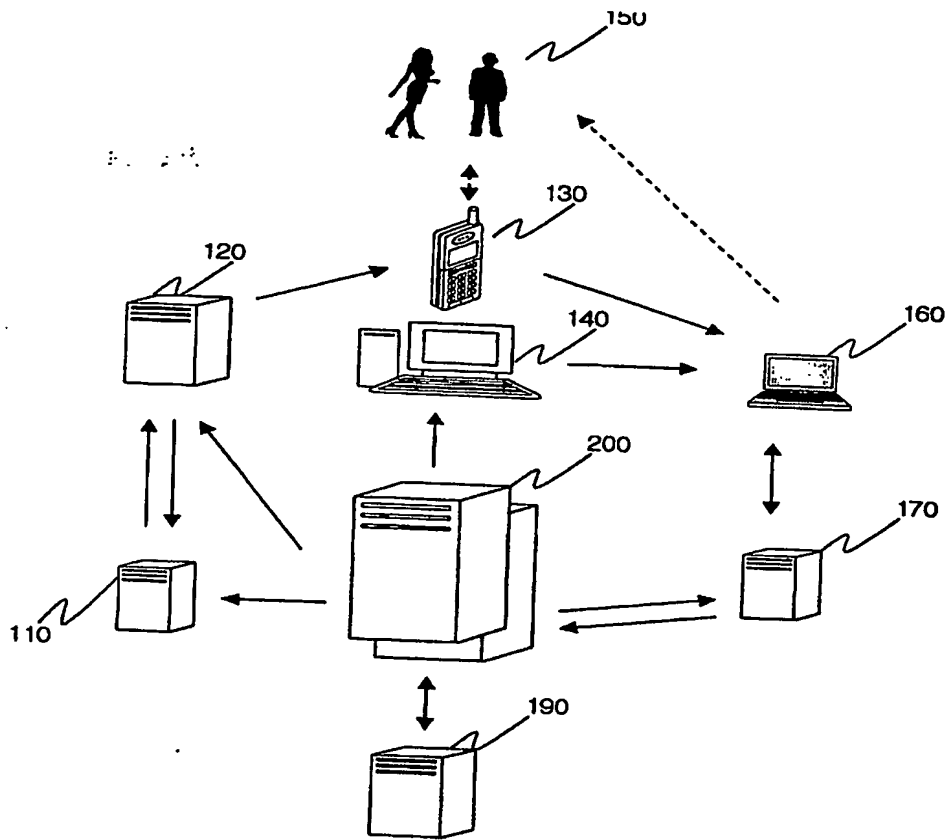
제 1항에 있어서, 일방시한쿠폰 서버에 접속한 회원에 의해 타인의 정보가 회원 데이터 베이스에 저장되는 단계를 더 포함하는 일방시한쿠폰 운용방법.

【도 1】

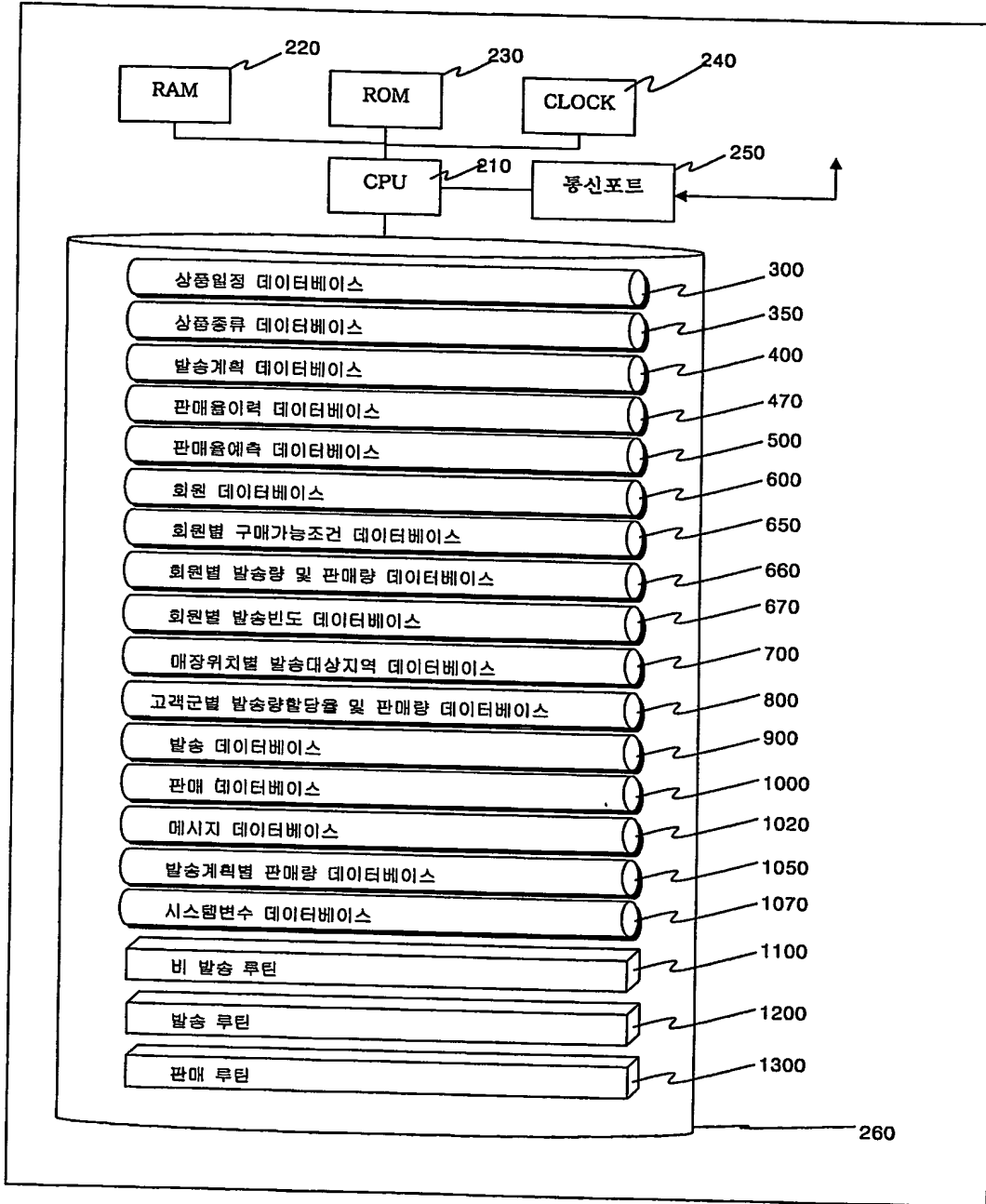


【도면】

【도 2】

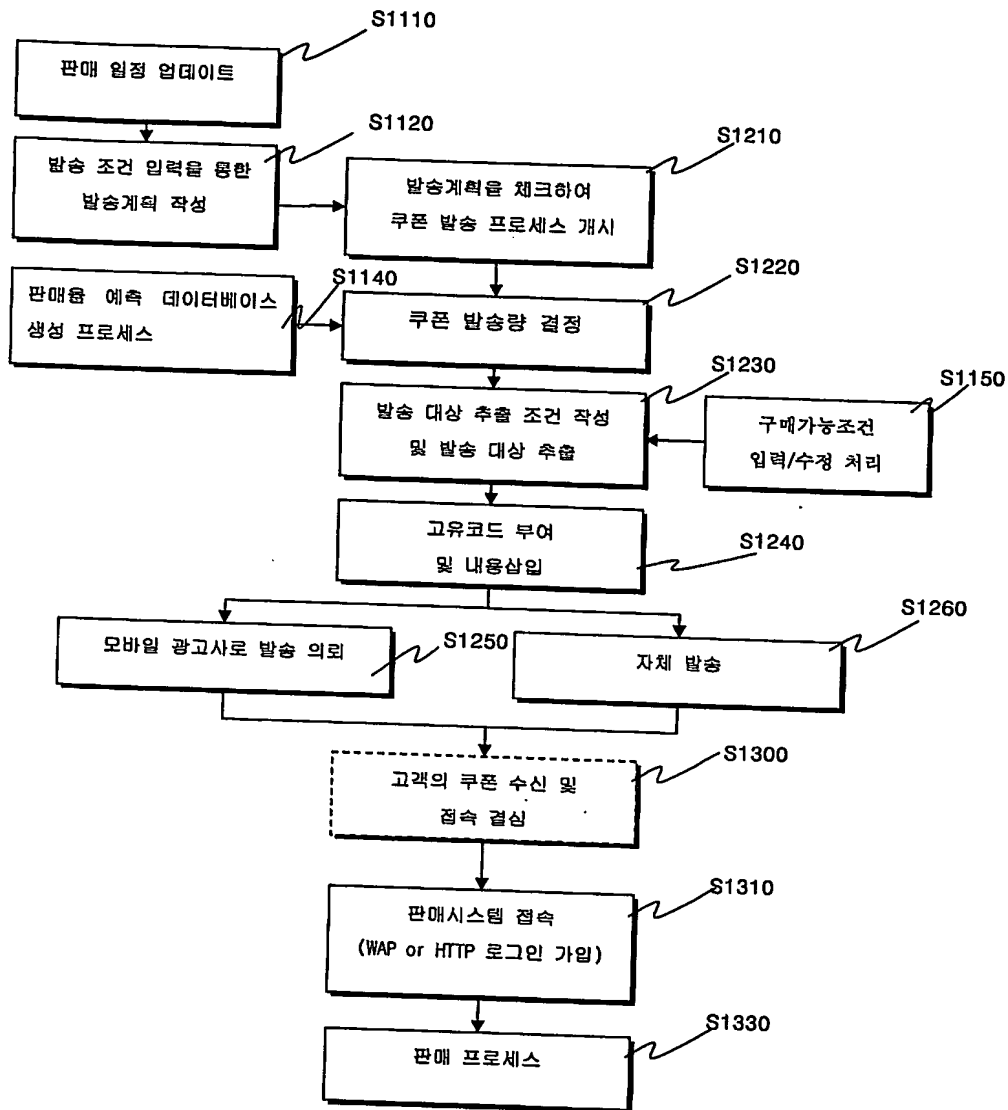


【도 3】

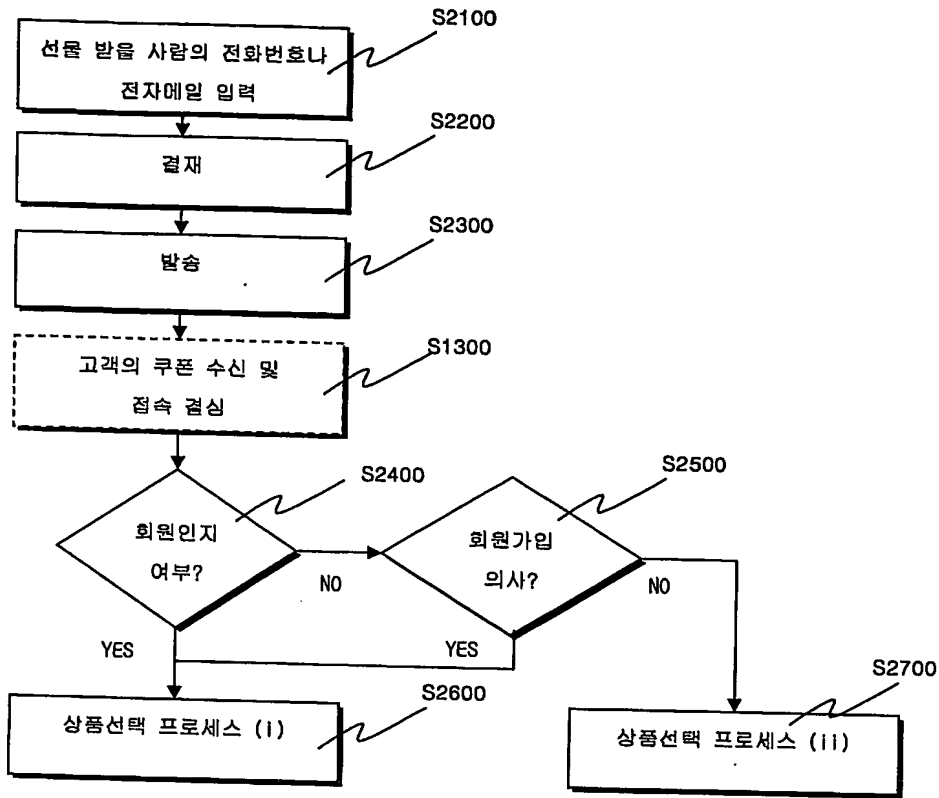


100,200

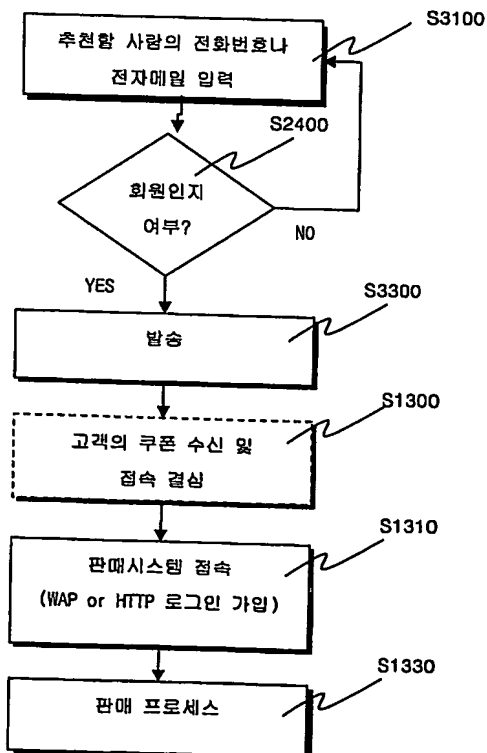
【도 4】



【도 5】



【도 6】



【도 7】

도면 7

상품일정 데이터베이스(300)

판매 마감 일시	2003.05.12 09:40	2003.05.12 12:00	2003.05.12 14:20
상품명	매트리스	매트리스	매트리스
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
정상가격	7000원	7000원	7000원
횟수	1회	2회	3회
판매 가용량	100석	100석	100석
발송량	200매	240	245

【도 8】

상품종류 데이터베이스

상품종류	영화	항공권	호텔	과일
상품종류별 발송빈도 한도	2	2	1	4
상품종류별 발송빈도 관리기간	1개월	1개월	1개월	1개월

【도 9】

발송계획 데이터베이스(400)

판매 마감 일시	2003.05.12 09:40	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 14:20
상품명	매트리스	매트리스	매트리스	매트리스
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
구매상품한정 여부	한정 안 함	한정 안 함	한정 안 함	한정 안 함
발송 대상	자체회원	자체회원	자체회원	자체회원
발송 방법	문자메시지	문자메시지	문자메시지	문자메시지
발송량배수	2	2	2	2
메시지내용 코드	114	115	116	117
발송 시간	2003.05.12 07:40	2003.05.12 10:00	2003.05.12 10:00	2003.05.12 12:20
P시간	2:00	2:00	2:00	2:00
P시간 전 판매량	5	6	6	6
판매마감시 예측 잔여량	95	94	94	94
판매마감시 판매량	15	21	21	20
발송량 대비 할당율	100%	50%	50%	100%
계산용 발송량 대비 판매율	5%	5%	5%	5%

【도 10】

판매유이력 데이터베이스

상품명	매트리스	매트리스	매트리스	매트리스	매트리스
판매 마감 일시	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
판매량 체크 시간	2003.05.11 11:00	2003.05.11 11:10	2003.05.11 11:20	2003.05.11 11:30	2003.05.11 11:40
판매량	2	2	2	3	3

【도 11】

판매율 예측 데이터베이스(500)

상품 종류	영화	영화	영화	영화	영화	영화	영화
P시간	2:00	2:00	2:00	2:00	2:00	2:00	2:00
P시간전의 판매율	1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%
판매 마감시간의 판매율	2%	4%	6%	7%	9%	11%	13%

【도 12】

회원 데이터베이스(600)

회원 번호	hong1425	spring113	herjune11
비밀번호	*****	*****	*****
이름	홍길동	성춘향	허준
성별	남자	여자	남자
이동전화번호	011-123-4567	016-456-7890	019-789-1234
주민등록번호	830406-1938547	701217-2846562	910415-1986342
집주소	서울시 강남구 신사동 196-3	전라남도 남원시 용 두동 96-4	경상남도 울산시 포 철동 34-5
직장주소	서울시 종로구 혜화동 49-2	전라남도 남원시 사 미동 4-96	경상남도 울산시 포 공동 4-78
활동지역	강남역	광한루	포항제철앞
결혼여부	기혼	미혼	기혼
직업	회사원	회사원	회사원
e-mail주소	hong1425@hatmail.com	spring@mong.com	june@may.com

【도 13】

회원별 구매가능조건 데이터베이스(650)

회원 번호	hong1425	hong1425	hong1425
구매가능 시간대	월요일 18:00-19:00	화요일 18:00-19:00	토요일 13:00-14:00
구매가능 위치	직장	직장	직장

【도 14】

회원별 발송량 및 판매량 데이터베이스(660)

회원번호	hong1425	hong1425	spring113	spring113	spring113	herjune11
상품종류	영화	항공권	영화	항공권	호텔	영화
발송량	10	12	10	12	12	12
판매량	2	1	4	0	6	3

【도 15】

고객군별 발송량한도를 및 판매량 데이터베이스(800)

판매마감일시	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00
상품명	매트리스	매트리스	매트리스
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
발송구분코드	A001	A001	A002
구매상품한정 여부	한정 안 함	한정 안 함	한정 안 함
발송 대상	자체회원	자체회원	자체회원
발송 방법	문자메시지	문자메시지	문자메시지
고객군	20 대 여대생	20 대 여성 무직자	20 대 주부
고객군별 발송량	42%	18%	25%
고객군별 발송량	101	43	60
고객군별 판매량	6	2	3

【도 16】

발송 데이터베이스(800)

판매마감 일시	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00
상품명	매트리스	매트리스	매트리스
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
발송구분코드	A001	A001	A002
구매상품한정 여부	한정 안 함	한정 안 함	한정 안 함
발송 대상	자체회원	자체회원	자체회원
발송 방법	문자메시지	문자메시지	문자메시지
고유코드	93847462848748	2736464748394	15472458621
메시지 코드	115	115	116
회원 번호	hong1425	spring113	herJune11
전화 번호	011-123-4567	016-456-7890	019-789-1234
전자메일주소	hong1425@hotmail.com	spring@mong.com	june@may.com

【도 17】

판매 데이터베이스(1000)

판매 마감 일시	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00
상품명	매트리스	매트리스	매트리스
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
발송구분코드	A001	A001	A002
구매상품한정 여부	한정 안 함	한정 안 함	한정 안 함
발송 대상	자체회원	자체회원	자체회원
발송 방법	문자메시지	문자메시지	문자메시지
고유코드	93847462848748	2738464748394	15472458621
판매 경로	모바일	모바일	모바일
결제 방법	신용카드	요금합산	매장
판매 개수	2	3	2
판매 단가	3000 원	3000 원	3000 원
판매 일시	2003.05.12 10:30	2003.05.12 10:23	2003.05.12 11:05
결제 여부	완료	완료	완료
결제 일시	2003.05.12 10:31	2003.05.12 10:24	2003.05.12 11:08

【도 18】

발송 데이터베이스(900)

판매 마감 일시	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00
상품명	매트리스	매트리스	매트리스
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
구매상품한정 여부	한정 안 함	한정 안 함	한정 안 함
발송 대상	자체회원	자체회원	자체회원
발송 방법	문자메시지	문자메시지	문자메시지
고유코드	93847462848748	2738464748394	15472458621
메시지 코드	115	115	116
회원 번호	hong1425	spring113	herjune11
전화 번호	011-123-4567	016-456-7890	019-789-1234
전자메일주소	hong1425@hatmail.com	spring@mong.com	june@may.com

【도 19】

판매 데이터베이스(1000)

판매 마감 일시	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00	2003.05.12 12:00
상품명	매트리스	매트리스	매트리스
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
구매상품한정 여부	한정 안 함	한정 안 함	한정 안 함
발송 대상	자체회원	자체회원	자체회원
발송 방법	문자메시지	문자메시지	문자메시지
고유코드	93847462848748	2736464748394	15472458621
판매 경로	모바일	모바일	모바일
결제 방법	신용카드	요금합산	매장
판매 개수	2	3	2
판매 단가	3000원	3000원	3000원
판매 일시	2003.05.12 10:30	2003.05.12 10:23	2003.05.12 11:05
결제 여부	완료	완료	완료
결제 일시	2003.05.12 10:31	2003.05.12 10:24	2003.05.12 11:06

【도 20】

메시지 데이터베이스(1020)

메시지 코드	114	115	116
메시지 내용	[영화할인쿠폰도착] 12시까지 1편에 3000 원, 모든 영화 가능	[영화할인쿠폰] 12시 이전에 상영하는 영화 1편에 3000원	[영화할인쿠폰] 지금 구매하시면 영화가 1편에 3000원, 모든 영화 가능

【도 21】

발송계획별 판매량 데이터베이스(1050)

판매 마감 일시	2003.05.12 09:40	2003.05.12 12:00	2003.05.12 14:20
상품명	매트리스	매트리스	매트리스
매장명	강남극장 1관	강남극장 1관	강남극장 1관
구매상품한정 여부	한정 안 함	한정 안 함	한정 안 함
발송 대상	자체회원	자체회원	자체회원
발송 방법	문자메시지	문자메시지	문자메시지
발송계획별 판매량	10매	15매	14매

【도 22】

시스템변수 데이터베이스(1070)

변수명	손익분기점 발송량/판매량비	개인 발송제한 판매율	...	
변수값	3%	2%	...	
변수 설명	손익 분기점에서의 쿠폰 발송량 대비 판매량	개인별 판매율이 이값 이하이면 발송 중지	...	

【도 23】

